PANORAMA DA COMUNICAÇÃO E DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

2011/2012

FLAGRANTES

VOLUME 2

SOCICOM

Brasília-DF
2012

ipea 47 anos
Por um Brasil desenvolvido

PANORAMA DA COMUNICAÇÃO E DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

2011/2012

FLAGRANTES

VOLUME 2

Governo Federal

Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República
Ministro Wellington Moreira Franco

ipea Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

Fundação pública vinculada à Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República, o Ipea fornece suporte técnico e institucional às ações governamentais – possibilitando a formulação de inúmeras políticas públicas e programas de desenvolvimento brasileiro – e disponibiliza, para a sociedade, pesquisas e estudos realizados por seus técnicos.

Presidente
Marcio Pochmann

Diretor de Desenvolvimento Institucional
Geová Parente Farias

Diretor de Estudos e Relações Econômicas e Políticas Internacionais, Substituto
Marcos Antonio Macedo Cintra

Diretor de Estudos e Políticas do Estado, das Instituições e da Democracia
Alexandre de Ávila Gomide

Diretora de Estudos e Políticas Macroeconômicas
Vanessa Petrelli Corrêa

Diretor de Estudos e Políticas Regionais, Urbanas e Ambientais
Francisco de Assis Costa

Diretor de Estudos e Políticas Setoriais de Inovação, Regulação e Infraestrutura
Carlos Eduardo Fernandez da Silveira

Diretor de Estudos e Políticas Sociais
Jorge Abrahão de Castro

Chefe de Gabinete
Fabio de Sá e Silva

Assessor-chefe de Imprensa e Comunicação
Daniel Castro

Ouvidoria: http://www.ipea.gov.br/ouvidoria
URL: http://www.ipea.gov.br

Socicom – Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação

Presidente
José Marques de Melo

Vice-Presidente
Ana Silvia Lopes Davi Médola

Diretora Administrativa
Anita Simis

Diretora Relações Internacionais
Margarida Maria Krohling Kunsch

Diretor de Relações Nacionais
Elias Gonçalves Machado

Site: www.socicom.org.br

Socicom
Federação Brasileira das Associações
Científicas e Acadêmicas de Comunicação
Av. Brigadeiro Luis Antonio, 2050, 3º.
Andar – Bela Vista, SP
CEP 01318-002
E-mail: socicom@hotmail.com

PANORAMA DA COMUNICAÇÃO E DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

2011/2012

FLAGRANTES

Organizadores
Daniel Castro
José Marques de Melo

Editor
Francisco de Assis

Editoras Associadas
Ana Claudia Mei Alves de Oliveira
Ana Silvia Médola
Anita Simis
Margarida M. Krohling Kunsch

VOLUME 2

ipea
Brasília, 2012

© Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – **ipea** 2012

Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil / organizadores: Daniel Castro, José Marques de Melo.- Brasília : Ipea, 2012.
4 v. : gráfs., tabs.

Inclui bibliografia.
Conteúdo: v. 1. Indicadores.- v. 2. Flagrantes.- v. 3. Memória.- v. 4. Tendências.
ISBN 978-85-7811-136-6

1. Comunicação. 2. Telecomunicações. 3. Análise Histórica. 4. Brasil. I. Castro, Daniel. II. Melo, José Marques de. III. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.

CDD 384.0981

As opiniões emitidas nesta publicação são de exclusiva e inteira responsabilidade dos autores, não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada ou da Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República.

É permitida a reprodução deste texto e dos dados nele contidos, desde que citada a fonte. Reproduções para fins comerciais são proibidas.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO **9**
José Marques de Melo
Francisco de Assis

PARTE I
FLAGRANTES DA COMUNIDADE INTERNACIONAL

APRESENTAÇÃO **13**
Margarida M. Krohling Kunsch

Seção 1
Espaço anglófono

CAPÍTULO 1.1
BOSTON, ICA 17
Edgard Rebouças

CAPÍTULO 1.2
ISTAMBUL, IAMCR 27
Sonia Virgínia Moreira

Seção 2
Espaço ibero-americano

CAPÍTULO 2.1
SISTEMAS E PROCESSOS 39
Margarida M. Krohling Kunsch

CAPÍTULO 2.2
DISCIPLINAS E FLUXOS 47
Valério Cruz Brittos
Anderson David Gomes dos Santos

CAPÍTULO 2.3
CIÊNCIA E TECNOLOGIA 55
Marialva Barbosa
Nélia Del Bianco

CAPÍTULO 2.4
PÓS-GRADUAÇÃO 67
Maria Immacolata Vassallo de Lopes
Richard Romancini

Seção 3
Espaço latino-americano

CAPÍTULO 3.1
TENDÊNCIAS GERAIS 89
César Bolaño

CAPÍTULO 3.2
DEBATES SETORIAIS 95
Fernando Oliveira Paulino

Seção 4
Espaço lusófono

CAPÍTULO 4.1
TENDÊNCIAS GERAIS 107
Antonio Hohlfeldt

CAPÍTULO 4.2
DEBATES SETORIAIS 113
Antonio Adami

PARTE II
FLAGRANTES DA COMUNIDADE NACIONAL

APRESENTAÇÃO 125
Ana Silvia Médola
Anita Simis

Seção 1
CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO 133
Antonio Hohlfeldt
Marialva Barbosa

Seção 2
CIBERCULTURA.....147
Eugênio Trivinho

Seção 3
Cinema e audiovisual

CAPÍTULO 3.1
ENSINO DE CINEMA E AUDIOVISUAL.....161
Aída Marques
Luciana Rodrigues
Bernardo Santos

CAPÍTULO 3.2
PESQUISA EM CINEMA E AUDIOVISUAL 169
Anelise R. Corseuil
Maria Dora G. Mourão

Seção 4
ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO.....175
Ruy Sardinha Lopes

Seção 5
FOLKCOMUNICAÇÃO 185
Marcelo Pires de Oliveira

Seção 6
HISTÓRIA DA MÍDIA.....193
Maria Berenice da Costa Machado

Seção 7
Jornalismo

CAPÍTULO 7.1
ENSINO DE JORNALISMO.....201
Mirna Tonus
Sérgio Luiz Gadini

CAPÍTULO 7.2
PESQUISA EM JORNALISMO.....207
Carlos Eduardo Franciscato

Seção 8
Relações públicas, propaganda e marketing

CAPÍTULO 8.1
RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL 215
Ivone de Lourdes Oliveira

CAPÍTULO 8.2
MARKETING POLÍTICO 221
Roberto Gondo Macedo
Adolpho Queiroz

CAPÍTULO 8.3
PUBLICIDADE E PROPAGANDA 227
Eneus Trindade

Seção 9
SEMIÓTICA 237
Ana Claudia Mei Alves de Oliveira

PARTE III
FLAGRANTES DA SOCICOM

CAPÍTULO 1
O FORTALECIMENTO DA COMUNIDADE ACADÊMICA
DA COMUNICAÇÃO.....247
Francisco de Assis

CAPÍTULO 2
CRONOLOGIA DA SOCICOM (2007-2012).....261

CAPÍTULO 3
CALENDÁRIO DAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO: BRASIL, 2012 265

APRESENTAÇÃO

FLAGRANTES DA COMUNIDADE ACADÊMICA

O ano de 2011 tem múltiplos significados no calendário brasileiro. Além de ter constituído um marco econômico, pelo "crescimento superlativo" que logramos no panorama internacional, sinalizou também a redução dos níveis de pobreza, como consequência das políticas públicas de redistribuição de renda, em todas as regiões do país, desenvolvidas ao longo da primeira década do século XXI.

No campo acadêmico, representou o coroamento de uma bem sucedida parceria entre o Estado e a Sociedade Civil. O acordo de cooperação firmado entre o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) e a Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom), baseado em princípios de bilateralidade e reciprocidade, produz o seu primeiro resultado, com o lançamento do *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*, inventariando as evidências constatadas na década 2000-2010. A repercussão causada em nossa comunidade universitária ficou registrada no volume surpreendente de consultas ao portal do Ipea, no qual os dados foram disponibilizados para uso coletivo.

Dando continuidade à série anual de inventários panorâmicos, consideramos necessário incluir, na edição 2011-2012 do *PCTB*, um volume capaz de captar flagrantes da comunidade acadêmica da Comunicação, especialmente nas ocasiões em que seus componentes são submetidos à prova de fogo da eficácia disciplinar. Ou seja, quando deixam de ser observadores críticos dos fenômenos comunicacionais para atuar como produtores de comunicação destinada aos próprios pares. Nesse sentido é que focalizamos, aqui, flagrantes do conhecimento difundido pelos pesquisadores da área.

Este fascículo do *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*, portanto, é formado por descrições, reflexões e diagnósticos elaborados no ambiente acadêmico. As páginas que seguem apresentam textos redigidos especialmente para esta publicação, nos quais são articuladas as principais ideias que deram sustentação aos fóruns realizados no Brasil e àqueles que se desenvolveram no exterior, mas que contaram com a participação de congressistas brasileiros.

O interesse deste tomo é organizar o que tem sido pensado e discutido a respeito dos fenômenos comunicacionais e, mais do que isso, acerca do papel exercido pelas universidades e pelas associações científicas no tocante ao progresso das Ciências da Comunicação. Institucionalizado no país há mais de meio século, o campo passa

por uma série de transformações e encontra-se num momento de "autoanálise", no qual se faz necessário repensar seus direcionamentos e seus modos de atuação.

No plano geral, a divisão dos capítulos se dá a partir de três núcleos: o primeiro é relacionado aos fóruns internacionais; o segundo, aos fóruns nacionais; e o terceiro corresponde ao trabalho desempenhado pela Socicom no seu primeiro quinquênio.

A parte em que se inserem as discussões de âmbito internacional contempla quatro espaços geográficos, delimitados tanto por fronteiras físicas desenhadas no *mapa mundi* – América Latina – quanto por características culturais, históricas e linguísticas – Ibero-América e "mundos" lusófono e anglófono. Todos os autores se preocuparam em traçar observações gerais sobre o que testemunharam nesses ambientes, focalizando a participação do Brasil em cada um dos contextos. Além dos dados que os próprios textos oferecem, a apresentação de Margarida Kunsch, que abre a unidade, oferece mais detalhes sobre o que ali é tratado.

Em seguida, as atenções são direcionadas exclusivamente ao que ocorreu no cenário nacional. Sua divisão apresenta duas faces: a das disciplinas legitimadas pelo campo e a das associações, consolidadas ou em processo de solidificação, que atuam como aglutinadoras e sistematizadoras do conhecimento gerado por cada eixo. Especial atenção merece o fato de que, direta ou indiretamente, os capítulos procuram agendar uma discussão em torno do lugar que a Comunicação ocupa na "árvore do conhecimento", reconhecendo sua tendência ao diálogo com outras áreas. Trata-se, naturalmente, de um panorama incompleto, pois, como trabalho feito por voluntários, os organizadores dependem da boa vontade de uns e da motivação de outros. E assim como na parte anterior, o texto introdutório, escrito por Ana Silvia Médola e Anita Simis, também ajuda a entender o conjunto.

Por fim, há o registro das principais iniciativas da Socicom – parceira do Ipea, na elaboração deste *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil* – desde seus primórdios. A discussão sobre esse aspecto, exposta em texto e em cronologia, é complementada com o calendário de atividades do campo da Comunicação agendas para 2012. Muito mais do que sua finalidade de registro, essas anotações servem para que pesquisadores, profissionais e outros interessados se organizem e participem das ações que serão realizadas durante o ano.

José Marques de Melo
Presidente da Socicom

Francisco de Assis
Editor

PARTE I

FLAGRANTES DA COMUNIDADE INTERNACIONAL

APRESENTAÇÃO

Margarida M. Krohling Kunsch[1]

Esta parte do *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil* tem como tema o estado do conhecimento nos fóruns internacionais. Os textos aqui reunidos demonstram a alta produtividade dos pesquisadores brasileiros em Ciências da Comunicação, durante o ano de 2011, em diferentes espaços geográficos, tanto no território nacional quanto no exterior. Expressam, também, a relevância do papel da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom) e de suas filiadas no movimento para fomentar e avançar os estudos de Comunicação, em uma perspectiva mundial.

A Socicom, desde sua criação, em 2008, tem se preocupado em atuar também no âmbito mundial. Inclusive, possui, na sua estrutura organizacional, uma diretoria de relações internacionais, e tem como um dos seus objetivos estatutários "estabelecer articulações com associações congêneres de áreas conexas, no país e no exterior, representando o Brasil nas confederações internacionais da área de Comunicação".

Provas evidentes dessa atuação foram os trabalhos desenvolvidos pelos seus dirigentes, primeiro na articulação internacional para a criação da Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Confibercom), fundada em abril de 2009, na Ilha da Madeira, Portugal; em segundo lugar, pelo fato de, juntamente com a Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), terem assumido o compromisso de promover e realizar o I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana, que ocorreu, com grande sucesso, de 31 de julho a 4 de agosto de 2011, em São Paulo, Brasil.

Outro fato relevante para a Socicom, nesse contexto da realização do congresso Confibercom 2011, foi ter obtido a adesão das associações acadêmicas e científicas filiadas e das suas congêneres do exterior a apoiarem o evento de forma efetiva, mediante a coordenação das sessões temáticas, que implicou em um grande trabalho de articulação nacional e internacional. É oportuno, neste momento,

1. Professora titular e pesquisadora da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Diretora de relações internacionais da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom) e presidente da Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Confibercom).

registrar um agradecimento especial a todos os presidentes das entidades nacionais e internacionais de Comunicação, que, desde o início dos preparativos do congresso, dispensaram seu singular apoio, por meio de um trabalho integrado de divulgação entre seus pares e da coordenação das sessões temáticas.

Os dez artigos inseridos nesta parte da coletânea relatam, em síntese, as comunicações científicas apresentadas em congressos internacionais realizados no exterior e nos que aconteceram no Brasil, no âmbito dos espaços anglófono, ibero-americano, latino-americano e lusófono. Apresentam, também, as contribuições dos pesquisadores dos diversos países da América Latina, da Espanha e de Portugal, que aqui compareceram para compartilhar e expor seus estudos em curso e para debater os grandes temas contemporâneos do campo comunicacional.

Os autores que, aqui, registram suas contribuições e suas reflexões estiveram diretamente envolvidos como coordenadores e expositores dos congressos e de seus eventos integrantes (fóruns, simpósios, sessões temáticas, etc.), bem como atuaram como delegados e/ou representantes de entidades, sobretudo da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), nos congressos realizados fora do país – o da International Association of Mass Communications Research (IAMCR), em Instambul, Turquia, e o da International Communication Association (ICA), em Boston, EUA.

Trata-se de um registro muito significativo que, certamente, acrescentará um novo capítulo na história das Ciências da Comunicação no Brasil. Os conteúdos dos capítulos aqui explorados evidenciam os avanços conquistados do campo comunicacional em nosso país, sua liderança nos espaços latino-americano, ibero-americano e lusófono e, ao mesmo tempo, a dedicação dos nossos colegas na batalha da área de Comunicação.

Os organizadores desta coletânea estão de parabéns pelo cuidado em sistematizar o registro de todos esses debates ligados ao conhecimento comunicacional gerado a partir dos fóruns internacionais, que foram realizados durante o ano de 2011, no contexto brasileiro.

Esta obra tem o grande mérito de trazer para o debate não só as principais contribuições brasileiras dos pesquisadores ibero-americanos, mas, sobretudo, de registrar como espaços da natureza dos congressos científicos são importantes para induzir os estudiosos a participar e a democratizar as pesquisas e a produção científica que vêm sendo realizadas, assim como o desafio de submetê-las à apreciação e ao debate da comunidade acadêmica internacional.

Que os dados desta obra coletiva sirvam de estímulo para novas iniciativas e uma maior valorização e reconhecimento público da pluralidade das Ciências da Comunicação na região ibero-americana.

Seção 1

ESPAÇO ANGLÓFONO

CAPÍTULO 1.1

BOSTON, ICA

Edgard Rebouças[1]

1 UMA LENTA INSERÇÃO

A participação do Brasil nos congressos da International Communication Association (ICA) tem sido, historicamente, muito baixa. Como ensina Thomas Kuhn (1998), mesmo que a Ciência seja colocada em prática por indivíduos, o conhecimento científico está ligado diretamente à produção de um grupo, ou seja, de uma comunidade científica. E, por mais que os estudos em Comunicação tenham avançado no Brasil, ao longo dos últimos anos, é preciso que os pesquisadores brasileiros reconheçam que a comunidade em que se inserem tem como representações máximas entidades como a ICA e a IAMCR (International Association for Media and Communication Research). Um reflexo dessa baixa inserção pôde ser contatado no congresso de 2011 da ICA, em Boston, no qual, dentre os 3.160 pesquisadores com trabalhos aceitos, havia apenas 12 brasileiros, sendo três de universidades na Inglaterra, nos Estados Unidos e na Austrália. Dos nove oriundos de instituições no Brasil, duas (em coautoria) apresentaram-se pela modalidade de congresso online, um (coautor de outro estudo) não esteve presente, e os seis restantes tentavam circular em meio a uma grande quantidade de americanos e de alguns alemães, ingleses, holandeses e outros dispersos entre vários países.

Pierre Bourdieu (1976) trata do mesmo tema que Kuhn, ao conceituar o campo científico, campo este que somente pode ser legitimado caso haja, entre outros aspectos, reconhecimento, disputas por parte dos pares e uma institucionalização do acúmulo de conhecimento gerado em seu interior. Mas, apesar do acúmulo gerado pela pesquisa em Comunicação no Brasil, ao menos nos últimos 40 anos, e de sua institucionalização, por meio de uma série de associações científicas já consolidadas, a mais antiga organização de estudiosos do campo, a ICA, desconhece tal produção.

---

1. Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), coordenador do *Observatório da Mídia: direitos humanos, política e sistemas*, pesquisador associado do Groupe de Recherche Interdisciplinaire sur la Communication, L'information et la Société (GRICIS-UQAM), conselheiro do projeto Criança e Consumo (Instituto Alana) e diretor de relações internacionais da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), na gestão 2008-2011. É membro da ICA e da IAMCR. e-mail: edreboucas.br@gmail.com.

Caberia aqui discutir de quem é a culpa. E duas possibilidades podem ser levantadas: 1) o conhecido anglo-americocentrismo (também acadêmico), que faz com que o resto do planeta seja periférico em relação ao que se produz de conhecimento científico, ou 2) a necessidade de uma negação da subalternidade, que faz com que se crie uma visão de oposição a tudo o que for gerado pelos países de tradição hegemônica.

Ambas as possibilidades serão tratadas mais a diante. Mas o que merece destaque aqui é que, a partir de 2011, a pesquisa brasileira em Comunicação passou a ter um espaço privilegiado nos congressos da International Communication Association. Pela primeira vez, foi possível a organização de uma mesa específica sobre os estudos na área realizados no país. Tal iniciativa ocorreu graças a uma parceria institucional estabelecida entre a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e a maior e mais antiga entidade científica do campo.

Em uma Sessão Institucional, com o título de "A Intercom como uma encruzilhada de ideias nos estudos de Comunicação no Brasil", na manhã do dia 30 de maio, o então diretor de relações internacional da Intercom e professor da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), Edgard Rebouças, a ex-presidente da Intercom e professora da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj), Sonia Virgínia Moreira, o professor da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Jacques Weinberg, e o professor da University of Texas at Austin, Joseph Straubhaar, fizeram um grande balanço do que há de avanços na pesquisa em Comunicação no país.

A sessão teve o objetivo de apresentar a Intercom como uma associação que contribui com a reflexão pluralista sobre os problemas emergentes no campo da Comunicação e que colabora com o desenvolvimento intelectual e aprimoramento de seus quase 2.000 membros, por meio da troca de experiências entre estudiosos e profissionais. Havia a intenção de mostrar que, bem antes de a ideia dos BRICS[2] se popularizar, o Brasil já poderia ser visto como uma potência emergente em termos de produção e fluxo comunicacional. Foi exposto como o país se tornou um exemplo importante para os debates sobre o imperialismo cultural e midiático, bem como um centro de novos paradigmas de pensamentos, tais como a teoria da dependência, a comunicação para o desenvolvimento, as telenovelas, o papel dos jornalistas contra a ditadura militar, o ativismo midiático, a comunicação popular, a inter-relação comunicação/educação, entre outros temas.

Fazendo uma apresentação intitulada "O panorama da pesquisa em Comunicação no Brasil", Edgard Rebouças mostrou o potencial de intercâmbio

2. Acrônimo do grupo político e econômico de cooperação formado por Brasil, Rússia, Índia, China e, a partir de 2011, África do Sul.

científico entre a comunidade acadêmica brasileira e pesquisadores de outros países, a partir de uma visão histórica do ensino e da pesquisa em Comunicação, desde a década de 1940. Ele falou também das quase 500 escolas em Comunicação e dos cerca de 40 cursos de pós-graduação no campo, e como isso precisa ser mais bem conhecido pela comunidade internacional de estudiosos em Comunicação.

Sonia Virgínia Moreira se responsabilizou pela palestra "Tendências e desafios nos estudos de jornalismo e de rádio no Brasil", na qual destacou que o jornalismo brasileiro e o rádio têm sido áreas de interesse para pesquisadores de Comunicação, desde as primeiras escolas de Jornalismo estabelecidas no país, durante os anos 1930 e 1940, e desde que o rádio começou a ocupar um papel de destaque na sociedade brasileira, a partir dos anos 1930. Ela frisou que os avanços do ensino e da prática em jornalismo e em rádio são inquestionáveis no Brasil.

Com o título "Os estudos sobre a televisão brasileira: uma tradição de amor e ódio", Jacques Weinberg, mostrou que, no Brasil, o mercado cultural foi implantado sob a influência direta do Estado, como instituição organizadora da cultura, e que isso ocorreu em paralelo ao crescimento progressivo e hegemônico dos meios de comunicação. Ele falou, ainda, sobre como a televisão se tornou uma grande produtora e distribuidora de conteúdos culturais no país.

A mesa da Intercom, no congresso anual da ICA, foi encerrada com a apresentação do brasilianista Joseph Straubhaar, que tratou do tema "Brasil como um centro de estudos críticos com foco em mídia". Ele traçou um histórico intelectual do papel do Brasil como central em muitos dos debates críticos no campo da Comunicação. Desde 1970, o país tem sido o centro de uma grande inovação em estudos de mídia, com foco crítico em uma série de debates sobre as relações culturais locais com a comunicação internacional e a mídia global. Segundo o professor da University of Texas at Austin, o Brasil, desde então, tornou-se um exemplo-chave e uma voz fundamental no debate sobre os desequilíbrios nos fluxos internacionais de mídia e poder.

Apesar da riqueza da mesa e de sua temática, a participação de pesquisadores estrangeiros foi muito pequena. Os que compareceram já tinham algum tipo de parceria com instituições e colegas brasileiros ou eram brasileiros vivendo no exterior que estavam interessados em se aproximar da Intercom e do que por ela é feito em termos de estudos de Comunicação.

As demais apresentações ligadas ao Brasil, nos quatro dias de congresso, foram dos "brasileiros" Maria Immacolata Vassallo de Lopes, da Universidade de São Paulo (USP); Maria Helena Weber, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); Marlene Marchiori, da Universidade Estadual de Londrina (UEL), com dois textos, um deles em coautoria com Sérgio Bulgacov, da Universidade Federal do Paraná (UFPR); Jacques Weinberg, da PUCRS; e Nina Velasco

e Gabrielle da Costa Moreira, ambas da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); além dos "estrangeiros" Olga Guedes Bailey, da Notingham Trent University, na Inglaterra; Raul Reis, da California State University of Long Beach, nos Estados Unidos; e a doutoranda na University of Western Sydney, na Austrália, Vanessa Mendes Moreira de Sá. Também estiveram presentes, como participantes do congresso, a professora Lilian Jacques, da University of Arizona, nos Estados Unidos, e o pesquisador da UFPE, em doutorado sanduíche na University of Texas at Austin, também nos Estados Unidos, Bruno Marinoni[3].

Destes, especificamente sobre temas relativos ao Brasil, Maria Immacolata Vassalo de Lopes, em coautoria com o mexicano Guillermo Orozco, apresentou o texto "Estórias contadas de forma transmidiática: questões para a pesquisa de recepção", no qual tratou da interatividade do público de telenovelas brasileiras por novas plataformas e do fato de a participação estar modificando as narrativas ficcionais.

Já Maria Helena Weber fez uma apresentação com o título "O Brasil de Lula: um político pop star". Ela analisou a criação da imagem – favorável ou não – do ex-presidente brasileiro, a partir da cobertura da mídia, que o transformou em uma estrela, tendo como abordagem a personalização da política e a espetacularização do Estado.

A professora da UEL, Marlene Marchiori, teve dois textos expostos no congresso da ICA de 2011, sendo um deles – "Práticas comunicacionais como estratégia" – em parceria com Sérgio Bulgacov, e o outro – "Interligando comunicação e cultura organizacional: um estudo de caso brasileiro" –, em autoria individual. No segundo deles, ela trabalhou com a ideia de que as interações sociais são essenciais na estrutura e nos processos de formação de organizações. O caso analisado foi o do setor editorial e gráfico no Brasil.

Jacques Weinberg, além da apresentação que fez na mesa da Intercom, também expôs o caso do telejornalismo brasileiro, como parte de uma pesquisa realizada em conjunto com colegas da Alemanha, da Suíça, do Canadá e de Cingapura. No artigo "A autorreflexão de editores de notícias internacionais em telejornais sobre o conteúdo que produzem e seus telespectadores", eles tentam responder, basicamente e de forma comparativa, a seguinte pergunta: será que os editores realmente sabem o que os telespectadores pensam e querem das notícias internacionais?

O congresso também foi aberto para a apresentação de textos de estudantes de doutorado, o que foi a caso da mineira Vanessa Mendes Moreira de Sá, que faz seus estudos na Austrália. Seu artigo, com o título "Pirataria na internet como

3. Caso algum brasileiro presente ao congresso da ICA 2011 tenha ficado de fora desta lista, favor desculpar o autor. Mas houve insistente procura para encontrá-los antes e durante o evento.

hobby: o que acontece quando o jeitinho brasileiro começa a baixar programa de televisão?", mostra como o desrespeito à legislação no Brasil tem origens e motivos culturais, econômicos e políticos, e como os fãs de séries americanas se divertem compartilhando programas na internet.

Outra modalidade de participação nos eventos da International Communication Association é a de apresentação online, via vídeo conferência. Foi assim que a professora da UFPE Nina Velasco e sua orientanda de mestrado, Gabrielle da Costa Moreira, puderam apresentar o estudo "Fotografia digital, álbum de família e memória no Flickr". No artigo, elas mostram como a transição do analógico para o digital tem gerado mudanças significativas no campo da fotografia. Uma delas refere-se a como as imagens são armazenadas e distribuídas pelas famílias.

Já os dois professores brasileiros radicados fora do país apresentaram artigos que não se relacionam com temáticas ou fenômenos observados no Brasil. São eles Raul Reis, que participou da mesa sobre "Políticas de promoção e efetivação de pessoal docente: falando sobre o que ninguém quer falar em um pré-congresso", e Olga Guedes Bailey, com o texto "As praticas online das diásporas: autorrepresentação e resistência?".

2 ROMPENDO PRÉ-CONCEITOS

Diante de tal quadro, qual seria o motivo da tão baixa participação de pesquisadores brasileiros no congresso da ICA 2011? Algumas hipóteses podem ser aqui levantadas, tais como a pouca atratividade da cidade sede do evento: Boston. Mas isso é questionável, já que a cidade é uma das que mais atrai imigrantes brasileiros para os Estados Unidos, oferece um clima muito agradável – inclusive praias – no mês de maio, além de acolher duas das mais conceituadas universidades do planeta: a Harvard e o Massachusetts Institute of Technolory (MIT). Outro aspecto que derrubaria tal hipótese é que nos anos anteriores – em Cingapura, 2010; Chicago, 2009; Montreal, 2008; San Francisco, 2007; Dresden, 2006; ou em todas as outras edições realizadas desde 1964 – o número de brasileiros também sempre foi muito baixo.

Outra possibilidade seria a não aceitação de artigos enviados, devido ao rigor da avaliação por parte dos comitês científicos. Os trabalhos apresentados nos eventos da ICA são enviados para avaliação na forma de texto completo nove meses antes do congresso e, normalmente, são analisados por três pareceristas de cada grupo, que são orientados a justificar o aceite ou não, por meio de textos bem didáticos. Para testar isso, poderia ser feito um levantamento sobre a quantidade de textos de brasileiros enviados, e os efetivamente aceitos ou não.

Esta segunda hipótese pode estar ligada diretamente a uma das possibilidades sugeridas no início deste artigo, a do anglo-americocentrismo acadêmico, que

consideraria – consciente ou inconscientemente – que o conhecimento científico produzido fora dos países centrais seria de qualidade inferior. De fato, há uma tradição no mundo acadêmico de predominância do inglês como *língua franca* para publicações e eventos internacionais. Isso não quer dizer que haja menor qualidade no conhecimento gerado em outras línguas, mas acaba fazendo com que os critérios de avaliação sejam operados dentro de lógicas e de regras da tradição de ensino e pesquisa desenvolvidos nos Estados Unidos e na Inglaterra.

No caso específico da ICA, mesmo que haja uma intenção de ampliar tais fronteiras para outros países, ainda há uma predominância muito grande da visão anglo-americanocentrica. Há, inclusive, uma anedota corrente nos círculos acadêmicos da área sobre o nome da International Communication Association, anedota esta contada até pelo ex-presidente da ICA, François Cooren, em sua fala de boas-vindas, no congresso da Intercom de 2011, em Recife (PE). Trata-se da analogia que pode ser feita entre a ICA e os jogos finais do campeonato americano de basebol, a qual Corren destacou em sua mensagem, naquele evento. Disse ele: "Como algo pode ter o nome de *World Series* se só há times dos Estados Unidos na disputa?".

Tal "comportamento" talvez possa ser mais bem compreendido pela história dessa entidade. A ICA nasceu oficialmente em 1º de janeiro de 1950, com o nome de National Society for the Study of Communication (NSSC). Vale situar que, por volta desse período, é que estavam sendo realizados alguns dos mais pioneiros estudos do campo, como as pesquisas de Paul Lazarsfeld, Elihu Katz, Robert Merton e outros, sendo que apenas dois anos antes havia sido publicado o artigo "Estrutura e função da comunicação da sociedade", de Harold Lasswell, que norteou, por muitos anos, as pesquisas na área. Muitos de seus novos membros tinham origem na Speech Association of America (SAA), que, desde 1997, passou a se chamar National Communication Association (NCA). A necessidade se deu pelo fato de alguns pesquisadores estarem desenvolvendo estudos mais amplos em comunicações e mídia que os limitados ao discurso e à retórica.

Os fundadores da associação viram que poderiam usar a entidade para incrementar a criação de mais departamentos de comunicação nas universidades. Outro ponto que identificaram foi a possibilidade de desenvolverem novas abordagens metodológicas, cursos e currículos mais voltados para atividades midiatizadas, como jornalismo, rádio e outras mídias (WEAVER, 1977, p. 608).

A mudança do nome de *National* Society for the Study of Communication (NSSC) para *International* Communication Association ocorreu em 1969, quando os diretores viram que boa parte de seus membros eram originários de quase 30 países, mesmo que quase todos estivessem vinculados, como professores ou estudantes, a instituições dos Estados Unidos. Outro indício de que apenas

o nome teria mudado é que dos 48 congressos realizados, desde 1964, apenas 13 ocorreram em outros países, sendo quatro no Canadá (Montreal, 1973, 1987, 1997 e 2008), dois no México (Acapulco, 1980 e 2000), dois na Alemanha (Berlim, 1977; Dresden, 2006) e uma edição apenas na Irlanda (Dublin, 1990), na Austrália (Sydney, 1994), em Israel (Jerusalém, 1998), na Coréia (Seul, 2002) e em Cingapura (2010). E dos congressos já programados para os próximos quatro anos, o de 2012 será em Phoenix (EUA), o de 2013 em Londres (Inglaterra), o de 2014 em Seattle (EUA) e o de 2015 em San Juan (Porto Rico).

O fato de realizar alguns congressos fora dos Estados Unidos não queria dizer necessariamente que estava ocorrendo uma internacionalização, pois o número de pesquisadores americanos continuava sendo bem elevado. As principais medidas para tentar uma efetiva internacionalização da ICA ocorreram no início dos anos 2000, quando a instituição se abriu à participação de membros de outros países, na direção e nos conselhos da instituição, e quando passou a adotar a classificação econômica do Banco Mundial para definir cinco níveis de valor de anuidades e inscrição nos eventos. Outra medida foi a mudança da sede da associação de Austin, no interior do Texas, para Washington, em 2006, criando uma estrutura para recepcionar associados, dando acesso tanto à parte administrativa quanto a um centro de documentação.

Na área de publicações, também houve uma abertura à internacionalização, ampliando a origem dos membros dos comitês editoriais de suas revistas – *Jornal of Communication*; *Human Communication Research*; *Communication Theory*; *The Journal of Computer-Mediated Communication*; *Communication, Culture, & Critique*. Os próprios diretores da ICA reconhecem que havia um grande distanciamento para o envio de textos, já que os autores não se sentiam à vontade diante de pareceristas tão ligados a universidades americanas, e que havia dificuldades entre editores para a compreensão de determinados objetos de estudo, abordagens metodológicas e referenciais teóricos "estrangeiros" (INTERNATIONAL..., 2011, online).

Outra possibilidade sobre a baixa participação de brasileiros nos eventos da ICA pode estar diretamente ligada a esse excessivo vínculo que a instituição mantém com os Estados Unidos, e tal fenômeno pode se dar por duas vias: 1) a suposição de que a pesquisa em Comunicação americana é puramente administrativa; e 2) há necessidade de se impor uma negação da subalternidade.

Quanto ao primeiro ponto, ele deriva de uma leitura mal feita de *Apocalípticos e Integrados*, de Umberto Eco (1993), e, consequentemente, mal repassada para duas ou três gerações de estudantes de Comunicação no Brasil. A interpretação rasteira, feita por alguns "professores", de que a produção científica nos Estados Unidos se limita aos funcionalistas e a seus estudos financiados pelo governo americano

e pela Fundação Rockefeller, chega a ser leviana. E mesmo se essa interpretação fosse correta, seria válida, já que são inegáveis as contribuições de pesquisadores como Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld, Robert Merton, Elihu Katz[4], Wilbur Schramm e vários outros, que preconizaram muitos dos avanços que colaboraram com a compreensão de uma série de fenômenos ligados às comunicações. E, no mesmo pacote, há aqueles que ainda incluem como "malditos" e "integrados" os canadenses Harold Innis e Marshall McLuhan.

Por este olhar tão enviesado, realmente querer que brasileiros formados com tal perspectiva, em seus cursos de graduação – e até de pós –, participem de eventos tão "acríticos", seria quase uma ofensa. Só para desmistificar um pouco isso tudo, vale o destaque de que a conferência de encerramento do congresso da ICA de 2011 foi realizada por ninguém menos que Noam Chomsky. Sendo que o de 2006, na Alemanha, teve como um dos convidados principais Jürgen Habermas.

Talvez essa má formação tenha colaborado para colocar mais lenha em algo presente no sentimento daqueles que sempre sofreram em países periféricos. A subalternidade histórica imposta não só pelos países centrais, mas também por um posicionamento hegemônico no mundo acadêmico, acabou criando uma ou duas gerações de pesquisadores que se recusa(va)m até a ler artigos em inglês; quanto mais escrever ou apresentar trabalhos nessa língua. Ao mesmo tempo, é muito interessante observar o apego que alguns têm com o francês e/ou o espanhol, como se também não fossem línguas hegemônicas, que derivam de países que igualmente mantêm relações assimétricas no que diz respeito à valorização da produção acadêmica brasileira.

Alguns podem acreditar que, com a negação da subalternidade, seremos reconhecidos. Mas isso ainda está longe de acontecer. O Brasil dos BRICS não chegou ainda na esfera acadêmica, pelo menos não na de Comunicação. Um bom sintoma disso é a realização, em outubro de 2012, de uma segunda investida da ICA abaixo da linha do Equador[5]. Com o nome de "Trends in International and Latin América Communication Research", a iniciativa "regional" está sendo organizada com a Pontificia Universidad Católica de Chile. Nada contra a PUC de Santiago, mas por que não realizar tal evento em parceria com a Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic), instituição que reúne pesquisadores do campo na região desde 1978? Ou mesmo com a Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs), que existe desde 1979? Ou com o Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), fundado em 1959? Ou mesmo com a recém-criada, em setembro de 2011, Asociación Chilena de

4. Aliás, um dos homenageados no congresso da ICA de 2011.
5. A primeira foi com o congresso de 1994, em Sydney, na Austrália.

Investigadores en Comunicación? Sem falar na Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Confibercom), que reúne sete grandes associações.

Os que acreditam em teorias da conspiração poderão presumir que se trata de uma articulação para deslegitimar as entidades representativas do campo na região. No entanto, segundo o ex-presidente da ICA, Fraçois Cooren, não foi nada intencional, e sim ocasional. Ele aproveitou a oportunidade de ter duas estudantes chilenas de doutoramento no Departamento de Comunicação que coordena, na Université de Montréal, para perguntar se sua universidade de origem teria condições de acolher tal evento. Com a resposta positiva, deram início às articulações para o primeiro congresso latino-americano da UC-ICA. Está corretíssimo quem afirma que "em casa de ferreiro, o espero é de pau"; neste caso, mais uma vez se comprova que quem estuda comunicação não sabe se comunicar.

A participação de Cooren, a convite da Intercom, para conhecer e participar de seu congresso realizado em Recife, em setembro de 2011, serviu-lhe como amostra do tamanho do que ocorre em termos de estudos em Comunicação no Brasil. Ele voltou surpreso para o Canadá, dizendo que levaria para a direção da ICA suas novas impressões. Além da mesa institucional da Intercom, nos próximos eventos, pode-se presumir que os textos de brasileiros serão mais bem acolhidos.

3 FOCO NA LEGITIMAÇÃO

Mas a que conclusão é possível chegar diante de todo esse quadro de desencontros, pré-conceitos e posicionamentos históricos? O fato é que a produção acadêmica brasileira em Comunicação não pode mais se dar ao luxo de ocupar um espaço tão reduzido em eventos científicos e publicações internacionais. Boa parte do que é gerado de conhecimento no país, em seus quase 40 programas de pós-graduação, tem qualidade suficiente para servir de referencial empírico e teórico em qualquer lugar.

A crença de que o Brasil é um país perigoso, por parte de alguns membros da direção ICA, tem que ser revertida para a constatação de que há produção científica de qualidade e em quantidade; de que o Brasil pode, sim, acolher não apenas a Copa do Mundo e as Olimpíadas, mas, com muita facilidade, pode receber um congresso da entidade, a exemplo de como já recebeu, com muitos elogios, dois congressos da IAMCR (Guarujá, 1992; Porto Alegre, 2004); bem como para a descoberta de que, para ser realmente "internacional", precisa se abrir a novos paradigmas.

Por outro lado, para os brasileiros, se quisermos que os ensinamentos de Thomas Kuhn (1998) e Pierre Bourdieu (1976) se materializem, no que diz respeito ao reconhecimento e à legitimação dos pares do campo, em comunidades além de nossas fronteiras, precisamos ampliar os círculos do nós falando para nós mesmos ou, no máximo, para *nosotros*.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. Le champ scientifique. *Actes de Ia Recherche en Sciences Sociales*, n. 2-3, p. 88-104, jun. 1976.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. 5. ed., São Paulo: Perspectiva, 1993.

INTERNATIONAL Communication Association. *ICA history*. Disponível em <http://www.icahdq.org/about_ica/history.asp>. Acesso em: 05 out. 2011.

KUHN, Thomas. *A estrutura das revoluções científicas*. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 1998.

WEAVER, Carl H. A history of the International Communication Association. In: RUBEN, Brent. D. (ed.). *Communication yearbook*. New Brunswick: Transaction Books, 1977. p. 607-618.

CAPÍTULO 1.2

ISTAMBUL, IAMCR

Sonia Virgínia Moreira[1]

1 O CONGRESSO DA IAMCR EM 2011

Em torno do tema central "Cities, Creativity, Conectivity" ("Cidades, Criatividade, Conectividade"), investigadores do campo da Comunicação de várias partes do mundo se reuniram, entre 13 e 17 de julho de 2011, em Istambul, na Turquia. O congresso da International Association for Media and Communciation Research (IAMCR – Associação Internacional de Pesquisa em Mídia e Comunicação, em português) teve lugar no *campus* principal da Universidade Kadir Has, instalado em edificação, de 1884, da Cibali Tobacco Factory, situada na área de Cibali, bairro da cidade antiga, ao lado do Haliç, porto natural no Estreito de Bósforo, que dá acesso ao mar de Marmara, conhecido desde o império otomano como "chifre de ouro", pelo seu contorno geográfico, que separa o lado europeu do oriental de Istambul. Nesse ambiente marcado por representações e espaços contemporâneos e ancestrais, cerca de 1.000 pesquisadores de países localizados em praticamente todos os continentes – entre eles, 129 autores brasileiros, vários associados da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) – se inscreveram neste que é um dos mais tradicionais e importantes encontros internacionais de pesquisadores do campo da Comunicação e dos Estudos de Mídia e que, em 2011, se distribuiu entre quase 340 sessões simultâneas, no formato de painéis, e 24 sessões de apresentação de pôsteres.

Nas palavras da direção executiva da IAMCR, a escolha do tema para o congresso de Istambul surge de uma constatação do sociólogo americano Robert E. Parker, teórico do campo da Sociologia Urbana, um dos fundadores da Escola de Chicago. Segundo Parker, a cidade moderna constitui um "mundo criado por todos, no qual estamos condenados a viver ao mesmo tempo em nos reinventamos nesse processo". Assim, o tema se justifica pela inferência de que as cidades são tradicionalmente lugares de experimentações de conectividade atrelada à criatividade, uma vez que

> cada esquina, cada pedra, em qualquer cidade do mundo carrega traços de rupturas de memória, identidades e formas de vida e de imaginação. As memórias que desenterramos são lembranças de passados dos quais sentimos falta, nostálgicos, ou de

1. Diretora de relações internacionais da Intercom e professora da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj).

> eventos que gostaríamos de esquecer ao seguir em direção a um futuro fascinante (IAMCR, 2011c, p. 10, tradução da autora).

Considerados sob essa perspectiva, a comunicação em rede, a mobilidade e o fluxo em larga escala de mercadorias e ideias por meio da internet simbolizam os novos e cobiçados fenômenos do século XXI, com a criatividade e a conectividade descobrindo modos de representações que transcendem os espaços físicos. Nestes,

> uma diversidade de cidadãos e integrantes de grupos sociais desfrutam o acesso a uma superabundância de universos virtuais, ao mesmo tempo em que conceitualizam, produzem, compartilham e disseminam para o mundo sua criatividade, ideias e sonhos. As redes globalizadas das indústrias criativas e culturais mobilizam o mundo da arte e as colaborações internacionais são agora reconhecidas como motores das experiências e transformações do espaço urbano cosmopolita (IAMCR, 2011c, p. 10, tradução da autora).

Como forma de avaliar o estado atual dos estudos sobre a cidade, conhecer os processos que os geram e avaliar o futuro das pesquisas na área, quatro perguntas-chaves fundamentaram o tema central do congresso:

1. Quais são os direitos, as regras e os padrões que desejamos como cidadãos?
2. O que a conectividade global oferece e quais são as incertezas que permeiam o cotidiano urbano?
3. Quais são os fundamentos da estética e da economia da criatividade nos quais investimos o futuro das cidades?
4. Quais são os recursos e os impedimentos das possibilidades comunicativas nas cidades?

Para tentar responder essas questões, o eixo temático do congresso[2] foi abordado detalhadamente nas conferências das sessões plenárias e, sob várias outras perspectivas, nos trabalhos individuais ou em grupo, apresentados no conjunto das submissões aprovadas. Na plenária inicial, "Presidential Conversations" ("Conversas com a Presidência"), Annabelle Sreberny, presidente da IAMCR, apresentou o tema central do congresso. Professora de Mídia e Comunicação Globais, na Escola de Estudos Orientais e Africanos, da Universidade de Londres, Sreberny investiga, desde a década de 1970, processos de democratização e participação em sociedades distintas, com ênfase no Irã, e recentemente tem se dedicado

2. O encontro de 2011 da IAMCR foi estruturado em três sessões plenárias, na primeira parte da manhã – de forma que todos os participantes pudessem assistir às mesas principais, que abordaram aspectos correlatos ao tema central do evento, e participar de seus debates –, com os 12 horários distribuídos no restante da manhã e na parte da tarde, dedicados a sessões temáticas simultâneas sobre campos específicos da Comunicação (jornalismo, publicidade, comunicação organizacional, informação online) e dos Estudos de Mídia (teoria de mídia, análises de audiência, conjuntura internacional, entre outros).

ao estudo de diásporas e mídia e a examinar o impacto da globalização na cultura (IAMCR, 2011b). A segunda plenária, intitulada "Istanbulscapes" ("Locais de Istambul"), foi formada com pesquisadores locais, especialistas nas interconexões entre a cultura, a economia e a comunicação na cidade de Istambul. Dinâmicas globais envolvendo culturas e formas de comunicação foram centrais no debate da terceira plenária, "Urban Cultures, Creativity and Popular Communication at the Crossroads" ("Culturas Urbanas, Criatividade e Comunicação Popular em Interseções"), na qual a Intercom esteve representada (IAMCR, 2011a).

Nas sessões individuais, o tema se ramificou de acordo com as seguintes unidades: criatividade e indústrias da cultura na economia globalizada; cidade global, conectividade e comunicação; arte, cultura e transnacionalismo; o cosmopolitano como ideal e prática; economia da arte e criatividade; democratização e criatividade; hibridismo, identidades e criatividade; a imigração como espaço para a conectividade; a comercialização da criatividade; a produção local em uma cidade global; a produção de desigualdades em uma cidade global; o mundo das redes sociais; o mundo das artes digitais e da conectividade virtual; responsabilidade social, cidadania e cidade global; direitos e deveres dos cidadãos na ordem global; pertencimento, comunidades e grupos marginalizados; economia global e política de gênero.

O tema central e assuntos de interesse de grupos e instituições internacionais foram discutidos ainda em quatro sessões especiais direcionadas para tópicos da comunicação global e de cenários políticos internacionais. Diretamente vinculado ao objeto das análises do congresso, o site *WikiLeaks*[3] foi examinado em duas mesas redondas e sob duas óticas: uma tratou das lições que ficam para a mídia e as comunicações a partir do surgimento do *WikiLeaks*; e outra abordou as implicações legais, políticas e comunicacionais decorrentes das ações do site e de seus principais patrocinadores. O ponto "The University in Crisis" ("A Universidade em Crise") esteve no centro dos debates de outra sessão especial, proposta e coordenada pela Rede de Jovens Acadêmicos da IAMCR, que fizeram um balanço sobre tradição, inovação e empregabilidade em escolas, faculdades ou departamentos de Comunicação na Europa e nos Estados Unidos. As implicações para o campo da Comunicação, considerando os episódios políticos dos primeiros meses de 2011 em países de origem árabe, foram exploradas na sessão "New Media and the Middle East" ("Novos Meios e o Oriente Médio"), da qual participaram investigadores com interesse na região que se estende do Maghreb ao Oriente Médio e acadêmicos de

3. A página *WikiLeaks*, iniciada em 2006, se especializou em divulgar informações de fontes anônimas, contendo dados confidenciais de governos e empresas, a maioria com repercussão internacional. Destacam-se, no material divulgado pelo site, o tratamento de prisioneiros na prisão militar dos Estados Unidos em Guantánamo, Cuba, e os documentos secretos sobre o elevado número de civis mortos na guerra do Afeganistão. Seu principal editor e porta-voz, o jornalista e ciberativista australiano Julian Assange, foi preso em dezembro de 2010, com base em mandado internacional de prisão expedido contra ele na Suécia.

alguma forma afetados pelos movimentos populares iniciados no Egito e na Tunísia, que se tornaram conhecidos como a "primavera árabe".

2 A PRODUÇÃO BRASILEIRA NO CONGRESSO

A expressiva participação brasileira no congresso da IAMCR pode ser traduzida quantitativa e qualitativamente. Em termos numéricos, os 129 autores que tiveram os seus trabalhos aceitos produziram 109 textos (individuais e em grupo), dos quais 104 *papers* e cinco pôsteres. Mas é a análise qualitativa que melhor evidencia a abrangência e o vigor da produção científica atual no campo da Comunicação no país. Uma avaliação dos trabalhos submetidos e aprovados para o congresso de Istambul permitiu identificar 33 temas pelos quais se distribuíram as apresentações, aqui relacionados em ordem decrescente:

- estudos de jornalismo (ensino, tendências e práticas profissionais), 12 textos;
- ética, comunicação e sociedade, 7 textos;
- cidade e produção cultural, 7 textos;
- mídia e esporte, 5 textos;
- comunicação participativa, 5 textos;
- mídia, religião e cultura, 5 textos;
- cidade, comunicação visual e cultura, 5 textos;
- comunicação comunitária, 4 textos;
- cinema, cultura visual e tecnologia, 4 textos;
- inclusão digital, 3 textos;
- mídia e democracia, 3 textos;
- comunicação e diáspora, 3 textos;
- comunicação e crises, 3 textos;
- propriedade intelectual, 3 textos;
- estudos de gênero, 3 textos;
- comunicação e saúde, 3 textos;
- produção de TV, 3 textos;
- análises conjunturais da pesquisa em comunicação, 3 textos;
- cidadania e alfabetização de mídia, 2 textos;

- quadrinhos, 2 textos;
- construção de comunidades na mídia, 2 textos;
- mídia e memória, 2 textos;
- som e cultura popular, 2 textos;
- cinema de animação, 2 textos;
- novos estudos globais, 2 textos;
- economia de mídia, 2 textos;
- comunicação e movimentos sociais; comunicação e meio ambiente; celebridades midiáticas, mídia alternativa e ativismo; regulação de mídia; cultura popular; e estudo local/regional, 1 texto cada.

3 A REPRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL DA INTERCOM

A figuração institucional da Intercom, com a participação de integrante do conselho curador e de dois representantes da diretoria executiva (diretoria de projetos e de relações internacionais), foi bastante proveitosa no encontro da IAMCR em 2011, no que se refere a contatos com pesquisadores de outros países, em especial europeus, e com representantes de instituições de ensino e associações congêneres estrangeiras. Significou a oportunidade de divulgar, em círculo internacional ampliado, as atividades e os conteúdos de projetos e de ações que sugerem maior e melhor visibilidade da associação no exterior. O convite feito pelo professor Hopeton Dunn, da Universidade das Índias Ocidentais, na Jamaica, e vice-presidente da IAMCR, para que um representante da Intercom participasse como conferencista em uma das três plenárias do congresso – "Urban Cultures, Creativity, and Popular Communication at the Crossroads" ("Interseções entre Culturas Urbanas, Criatividade e Comunicação Popular") – exemplifica as conexões possíveis fundamentadas pela presença institucional.

A apresentação "Cities, Media Inclusion and Connectivity in Brazil" ("Cidades, Inclusão Midiática e Conectividade no Brasil"), preparada pela integrante do conselho curador da Intercom, mostrou, para a audiência internacional, dados consolidados e análises de aspectos da realidade brasileira contemporânea a partir da interpretação dos números, revelados pelas pesquisas TIC Domicílios 2009 e 2010, sondagens anuais realizadas pelo Comitê Gestor da Internet (CGI). A avaliação das informações divulgadas pelo CGI, nos dois anos considerados, revelou que, pela primeira vez, desde o início da coleta de informações sobre o uso da internet no país, a forma de acesso à rede estava mudando para a maioria dos brasileiros: dos centros públicos, conhecidos como *lan houses*, estava evoluindo para o acesso mais frequente em domicílios.

A transformação derivou de vários fatores, dentre os quais a alteração do poder aquisitivo em uma faixa da população, que deu origem a uma nova "classe C consumidora", que, ao ter crédito facilitado para compras, inclusive computadores, fomentou a consequente popularização do uso local da internet, em especial durante o ano de 2010. A apresentação na plenária da IAMCR analisou, ainda, alguns movimentos recentes que se aproximam dos estudos da Comunicação e demonstram o interesse crescente dos pesquisadores brasileiros sobre questões que vinculam a área a temas como espaço, identidades e recursos urbanos (MOREIRA, 2011a).

No último dia do congresso, o "Painel Intercom", organizado pela diretoria de relações internacionais da associação, reuniu três pesquisadores brasileiros e o brasilianista Thomas Tufte – professor do Departamento de Estudos da Comunicação da Universidade de Roskilde, na Dinamarca –, em diferentes abordagens sobre o *status* da pesquisa e da produção do conhecimento na área de Comunicação e de Telecomunicações no país. As apresentações confirmaram, em boa medida, o que a presença brasileira expôs em relação à produção científica atual: que depois de vários anos com pouca circulação dos progressos teóricos e metodológicos, os estudos do campo se multiplicaram de modo inequívoco, como resultado tanto da atuação das associações acadêmicas quanto da criação de novos cursos de pós-graduação *stricto sensu*, em praticamente todos os estados brasileiros, responsáveis pela formação e pelos novos indicadores da pesquisa na área.

Também pode ser computado como elemento adicional à representação institucional no congresso da IAMCR a chance de a representante do conselho curador ter um artigo aceito para apresentação no grupo Pesquisa e Ensino de Jornalismo – JRE, que em 2011 teve índice de rejeição de mais de 40% dos 163 trabalhos inicialmente submetidos para avaliação. Sob o título "The status of Journalism education on a changing Brazilian environment" ("O estado do ensino de jornalismo em ambiente em transformação no Brasil"), o texto apresenta uma reflexão sobre os cursos de jornalismo, que continuam como opção disputada entre os jovens, mesmo com o fim da obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão, decretado em 2009, pelo Supremo Tribunal Federal. Entre as considerações pertinentes ao assunto, o artigo aponta que é possível admitir a existência de uma "cultura" que demanda a formação específica em jornalismo, admitida tanto por aqueles que pretendem exercer a profissão como pela maioria das empresas nacionais de mídia (MOREIRA, 2011b).

REFERÊNCIAS

IAMCR. *Conference Update*. Disponível em: <http://iamcr.org/home-and-news/771-iamcr2011update>. Acesso em: 20 out. 2011a.

_____. *Executive Board*. Disponível em: <http://iamcr.org/about-iamcr/governance/executive-board-mainmenu-367>. Acesso em: 17 out. 2011b.

_____. *Program Book*: Cities, Creativity, Connectivity. Istanbul: Kadir Has University, 2011c.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Cities, Media Inclusion and Connectivity in Brazil. In: IAMCR, Istambul, 2011. *Program Book*. Cities, Creativity, Connectivity. Istambul: Kadir Has University, 2011a.

_____. The status of Journalism education on a changing Brazilian environment. In: IAMCR, Istambul, 2011. *Program Book*. Cities, Creativity, Connectivity. Istambul: Kadir Has University, 2011b.

ANEXO

BRASILEIROS NA IAMCR 2011: SESSÕES FREQUENTADAS E ASSUNTOS DOS TRABALHOS

1 SESSÕES

Mídia, memória pública e imagem/identidade nacional; história em quadrinhos; mídia comunitária; esportes e jornalismo; celebridades: discurso e prática; comunicação e diáspora; ética da sociedade e ética da comunicação; inclusão digital, jornalismo e mídia de massa; diálogos entre o Islã e o Ocidente; nova mídia, espaço e cidadania; mídia digital e participação; animação; construção de comunidades por meio da mídia; produção de TV; comunicação mediada em saúde; cidade e ambiente visual; estudos de jornalismo: tendências e prognósticos; religião e nova mídia; cidade e políticas de comunicação visual; mídia, democracia a participação política; crise e comunicação de governos; comunicação para mudanças: ONGs, ativismo e redes sociais; cinema e cultura visual; saúde e meio ambiente; participação e inclusão digital; som e cultura popular; comunicação e saúde, catástrofes e crises; registro visual e memória; mídia e ativismo: alternativa *versus* grande imprensa; diáspora online; democracia, observação e participação; regulação de mídia como instrumento de inovação e criatividade; direitos de propriedade intelectual; mídias novas e antigas: produção, disseminação e consumo; cidades e produção cultural; novos estudos globais; jornalismo e *newsmaking* (economia política de mídia); para além dos conceitos de economia política; artes visuais e significação cultural; estudos de gêneros em retrospectiva; cidadania e alfabetização de mídia; cultura visual e tecnologia; a profissão de jornalista: audiências, práticas e identidades; cidades e comunicação participativa; cultura popular; delimitações teóricas em estudos locais e regionais.

2 ASSUNTOS POR PALAVRAS-CHAVES

artistas gráficos brasileiros; memórias traumáticas; convergência de mídia e mídia comunitária; futebol e identidade nacional; celebridades e visibilidade na mídia; estudos interculturais e cidades globais; comunicação e discurso ético; jornalismo cultural e jornalistas no Orkut; trópicos e muçulmanos; territórios de sociabilidade; participação cívica de jovens na era digital; democracia, participação e deliberação; animação experimental; pioneiros brasileiros da animação; comunicação e papéis sociais; análise comparada de narrativas online; narrativas ficcionais e plataformas multimídia; uso de videogames na saúde pública; autoregulação de mídia; fotografia contemporânea; criatividade urbana e conectividade; telecomunicações e jornalismo; ensino de jornalismo; recursos digitais no ensino de jornalismo; mídia e jornalismo como forma de conhecimento; a

profissão de jornalista no Brasil; celebridades e esporte; futebol e discurso da memória; digitalização de culturas locais; fotojornalismo regional; fotojornalismo contemporâneo; mídia, partidos políticos e valores democráticos; imagem da polícia na mídia; juventude e movimentos ecológicos; mídia, ética e opinião pública; cinema, arte e performance; engajamento cidadão e meio ambiente; novas tecnologias e comunicação participativa; música popular da Amazônia; música como forma de midiatização; discursos sobre epidemias na mídia; documentário contemporâneo; mídia comunitária e auto-realização; internet e imigrantes brasileiros na Espanha; indústrias criativas e estratégias de desenvolvimento; imagem, danos morais e direitos coletivos; *agenda-setting* e novos dispositivos de mídia; cinema e atração social; cinema de periferias; preservação histórica e diversidade cultural; análise de *framing* na imprensa; o *WikiLeaks* e a imprensa; jornalismo econômico e capital financeiro; indústria e criatividade; videoclipes musicais e traduções culturais; histórias e representações de matrizes jornalísticas; direitos coletivos de resposta; cidade, cidadãos e mídia comunitária; contexto midiático e religião; estética digital; televisão digital terrestre no Brasil; jornalismo e opinião pública; comunicação comunitária regional; estudo de telenovelas; dilemas éticos no jornalismo digital; conflitos e comunicação participativa; crimes e exclusão social; narrativas visuais em revista impressa; perspectivas para os direitos autorais no Brasil; experimentos pedagógicos; comunicação, autonomia feminina e narrativas audiovisuais; identidade de veículos de informação.

Seção 2

ESPAÇO IBERO-AMERICANO

CAPÍTULO 2.1

SISTEMAS E PROCESSOS

Margarida M. Krohling Kunsch[1]

1 INTRODUÇÃO

O Brasil teve a honra de sediar em 2011 um grande evento científico, o I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (Confibercom 2011). Promovido e realizado pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), pela Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Confibercom) e pela Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom), de 31 de julho a 4 de agosto de 2011, em São Paulo (SP), o congresso foi um marco histórico importante para as Ciências da Comunicação na Ibero-América, à medida que temas relevantes foram debatidos e decisões políticas foram tomadas para avançar na pesquisa e na produção científica em Comunicação da região.

Este primeiro congresso contou com uma programação abrangente e propositiva. Teve como tema central "Sistemas de comunicação em tempo de diversidade cultural", o qual foi explorado em dois painéis: "Sistemas ibero-americanos de comunicação" e "Diversidade cultural ibero-americana", que serão objetos de breves comentários neste artigo[2].

No contexto mundial, o espaço comunicacional e cultural ibero-americano necessita ser muito mais valorizado e reconhecido. Como edificar ou transformar sistemas de comunicação que garantam a pujança da nossa diversidade cultural, estimulando ao mesmo tempo nossas identidades político-sociais? Este foi o grande desafio que levou a comunidade ibero-americana de Ciências da Comunicação, reunida, pela primeira vez, na cidade de São Paulo, a debater estas e outras questões.

---

1. Professora titular e pesquisadora da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Mestre e doutora em Ciências da Comunicação e livre-docente em Teoria da Comunicação Institucional: Políticas e Processos, pela mesma instituição. Autora de vários livros, artigos, capítulos de livros e organizadora de inúmeras coletâneas sobre Comunicação. Presidiu a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), a Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic) e a Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp). Foi coordenadora geral do I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (Confibercom), realizado em 2011. É diretora de relações internacionais da Socicom e atual presidente da Confibercom. e-mail: mkkunsch@usp.br.

2. A autora agradece a colaboração de Pedro Ulsen e de Perolah Caratta, que fizeram registro dos resumos das exposições dos palestrantes do Confibercom 2011, material que integra o relatório técnico-científico do evento e que serviu, em parte, de base para a produção do presente texto.

O evento deu lugar, também, a importantes fóruns, que foram institucionalizados para terem continuidade nos próximos anos – a saber: Fórum Ibero-Americano de Pós-Graduação em Comunicação, Fórum Ibero-Americano de Política Científica e Tecnológica em Comunicação e Fórum da Rede Confibercom de Revistas Científicas de Ciências da Comunicação –, além dos simpósios sobre cooperação internacional e de integração das enciclopédias e das redes de comunicação da Ibero-América, bem como uma série de outras atividades, sobretudo as 16 sessões temáticas, que contemplaram as diversas áreas da Comunicação e seus aspectos teóricos, epistemológicos, metodológicos e aplicados, por meio de 576 trabalhos selecionados, dentre os 870 inscritos por ocasião da convocatória inicial. Todo esse conjunto de atividades simultâneas e paralelas expressou a pluralidade e a riqueza dos avanços científicos já conquistados por nossa comunidade acadêmica no campo da Comunicação.

Dessa forma, o evento teve como propósito principal reunir a comunidade científica dos países dessa região para debater as grandes questões ligadas ao campo das Ciências da Comunicação, no contexto da pujante diversidade cultural dos povos desse território híbrido e singular.

2 SISTEMAS IBERO-AMERICANOS DE COMUNICAÇÃO

Falar em sistemas ibero-americanos de Comunicação não é uma tarefa fácil. O tema, por si, demanda um esforço conjugado de pesquisas por países e de posteriores estudos comparativos. No Confibercom 2011, houve uma tentativa de se dar um início a possíveis investigações científicas futuras. Parte desse esforço é representada a seguir, pelas exposições realizadas na programação do congresso.

O primeiro painel sobre "Sistemas ibero-americanos de Comunicação" ocorreu no dia 1º de agosto de 2011, sob a coordenação do diretor da ECA-USP, Mauro Wilton de Sousa, e contou com a exposição dos pesquisadores: Anita Simis (Unesp-Araraquara, Brasil); Bernardo Díaz Nosty (Universidad de Málaga, Espanha); Erick Torrico (Universidad Andina, Bolívia); Martin A. Becerra (Universidad Nacional de Quilmes, Argentina); Pedro Jorge Braumann (Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa, Portugal); como comentarista, contou com Emili Prado (Universitat Autònoma de Barcelona, Espanha).

Anita Simis defendeu a necessidade de um maior conhecimento dos inúmeros observatórios de comunicação, cultura e audiovisual já existentes na América Latina, que poderiam ser mais bem otimizados nas investigações científicas. A temática da digitalização da informação está cada vez mais presente em diversos estudos, e os observatórios da web já se tornaram objeto de diversas pesquisas. Sua exposição procurou explicitar questões acerca do processo de investigação, parti-

cularmente daquelas que tratam da área de informação, comunicação e cultura, tendo em vista a agilidade que a digitalização implica na produção de dados sobre produção, distribuição e consumo das indústrias culturais.

A sugestão da pesquisadora foi direcionada à necessidade de fortalecimento da diversidade cultural, com necessidade de um intercâmbio de conhecimento das culturas dos diversos países que integram a região ibero-americana, o que poderia utilizar, como instrumento, a constituição de um observatório latino-americano com dados e articulação metodológica. Propôs, ainda, que os indicadores não podem se limitar a somente expor os dados, mas devem analisá-los, para que assim o objetivo principal seja "identificar os pontos e entrave à produção, à divulgação, e à distribuição dos conteúdos latino-americanos, facilitando a implementação de redes". Anita Simis ainda discutiu a produção de conteúdo sobre o tema, como um anuário com dados primários oficiais, pesquisas e cruzamento desses dados.

Bernando Díaz Nosty, da Universidad de Málaga, Espanha, trouxe a análise de cenários midiáticos. Lembrou que os jovens estão cada vez mais habilitados às tecnologias e propôs que o sistema latino-americano seja observado de um ponto de vista ecocultural. Partindo, então, para o que chamou de constatações, o pesquisador demonstrou a ausência de estudos sobre o tema, bem como a necessidade de se obter uma radiografia regional, com a elaboração de um mapa dos sistemas de mídia da América Latina e com o estabelecimento de uma cultura em rede.

Para Díaz Nosty, "estamos criando um continente virtual novo e partimos da observação da complexidade existente entre os países da América Latina, ampliada pela diversidade de todos os países". Ainda segundo ele, a convergência cultural viu-se favorecida pelos novos usos tecnológicos, que reduziram a percepção das sensações espaço-temporárias. As realidades descritas pela proximidade linguística e cultural, como ocorre no âmbito ibero-americano, permitem conceber processos de aproximação em um mundo que propende ao global.

A terceira exposição coube a Erick Torrico, da Universidad Andina, da Bolívia. Com o título "Reconfiguração do campo midiático boliviano a partir da política (2006-2011)", sua apresentação descreveu a reorganização do mapa político, a partir da crise do modelo de ajuste estrutural e da vitória eleitoral de Evo Morales, representante do povo indígena, e a evolução e a reorganização do sistema midiático vigente do tempo da ditadura e do neoliberalismo para o período pós-2006.

Ao descrever um histórico da trajetória democrática boliviana desde outubro de 1982, Torrico lembrou que, no momento da ditadura, havia diários nacionais e informação limitada. Depois da ditadura, surgiram revistas variadas e publicações regionais. Ele considera que, nesse período, havia uma relação intrínseca entre imprensa e política, sendo que, antes, a imprensa era um instrumento do poder político.

A respeito do tratamento dado pelo presidente Evo Morales à imprensa boliviana, desde a sua eleição, o pesquisador analisou que o governo começou com estratégia de confrontação, definindo o ambiente da imprensa como bipolar: bons *versus* ruins. Torrico demonstrou, ainda, que houve críticas diretas por parte do presidente, com a compra de alguns veículos, de modo indireto, e com a regulação dos direitos midiáticos.

Martin Becerra, da Universidad Nacional de Quilmes, Argentina, trouxe uma discussão mais abrangente e fez uma análise da "estrutura dos meios na América Latina ante o desafio de novas regulações e digitalização". Apresentou um referencial sobre as tendências históricas da região, que, segundo ele, assumem algumas características gerais, como inexistência de regulação, relações com poder muito próximas, setor altamente concentrado, setor centralizado geograficamente, pouca produção própria e muito dependente do exterior.

O pesquisador argentino destacou, também, algumas transições por ele identificadas, como as mudanças sociais, a recuperação democrática, a tecnológica – com a digitalização –, os processos produtivos, a política – com a troca de modelo de intervenção regulatória – e a econômica – marcada pela consolidação de grandes grupos de comunicação. Defendeu a regulação da produção da imprensa, o que é muito diferente da intervenção política, e destacou os novos desafios da convergência tecnológica, os novos critérios de regulação, o governo comunicador e a emergência da sociedade civil. E, por outro lado, as "oportunidades de entender o Brasil como potência regional, diante de um novo modelo econômico e a oportunidade de ingresso de novos atores".

Pedro Braumann, da Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa, Portugal, apresentou, por meio de dados estatísticos, a evolução das tendências da inserção da mídia no mundo – com a análise da evolução do mercado mundial de TV, por tipo de financiamento –, as receitas de TV – com predomínio dos EUA e da América Latina, que representa 7,8% da verba mundial –, a distribuição por plataformas dos lares com TV, os padrões de TV digital e a penetração da TV digital por regiões. Sobre a distribuição por países, Braumann chamou a atenção para o fato de que países como Grã Bretanha, Espanha e Itália têm mais de 1.000 canais, e a Europa toda tem apenas 6,2% de canais internacionais.

O pesquisador português destacou, também, as tendências face ao estágio da globalização, o novo mundo multipolar, a monetização de conteúdos, os novos modelos econômicos emergentes, a uniformização conteúdo e o excesso de informação. "Temos cada vez mais uma lógica convergente em diferentes formas e processos, o que significa que estamos em uma nova cadeia de valor e organizativa", afirmou.

Em síntese, esses foram os principais aportes apresentados pelos referidos expositores sobre os sistemas ibero-americanos de comunicação. Observa-se que se trata de um assunto amplo, ainda a ser muito mais explorado pelos estudiosos das Ciências da Comunicação, e ao mesmo tempo muito complexo. Essas constatações podem ser facilmente percebidas ao considerarmos as grandes diferenças políticas, econômicas, culturais e sociais entre todos os países da região, de seus sistemas de comunicação e das indústrias midiáticas vigentes.

3 DIVERSIDADE CULTURAL IBERO-AMERICANA

Outro tema muito abrangente é o da diversidade cultural ibero-americana. Basta parar e pensar na riqueza e nas diferenças culturais existentes nos diversos países da América Latina e nos contrapontos com as características da Espanha e de Portugal. As contribuições dos expositores do Confibercom 2011, que trataram dessa temática, expressam muitos desses aspectos.

O segundo painel versou sobre "Diversidade cultural ibero-americana". Foi realizado no dia 2 de agosto de 2011, sob a coordenação de Maria Dora Mourão, vice-diretora da ECA-USP, e teve como expositores: Ana Maria Amado (Universidad de Buenos Aires, Argentina); Isabel Ferin (Universidade de Coimbra, Portugal); José Marcio Barros (Observatório da Diversidade Cultural; PUCMinas; UEMG, Brasil); Margarita Ledo (Universidade de Santiago de Compostela, Espanha); Mário Nieves (Unesco; Universidad de La Havana, Cuba; Universidad Regiomontana, México); os comentários foram feitos por Luis Humberto Marcos (Instituto Superior da Maia, Portugal).

A professora da Faculdade de Filosofia e Letras da Universidad de Buenos Aires, Ana Maria Amado, concentrou sua exposição na análise das produções culturais como foco no cinema e no ativismo simbólico, expressado por alguns cineastas que integram um movimento que remete ao conjunto de práticas de integração social em processos de subjetivação em seu país. Para ela, na ampliada pátria cinematográfica, há signos que reforçam semelhanças culturais em obras de autores de origens e culturas diversas.

Isabel Ferin[3], da Universidade de Coimbra, elaborou um amplo estudo sobre as atuais condições da globalização, que permitem pensar o espaço lusófono como um sistema de mundo alternativo. Seu texto retratou uma reflexão pessoal, a partir de uma vivência portuguesa sobre a história, a cultura e as potencialidades de um espaço lusófono em fase de redefinição da globalização e de uma Europa em transformação. Dentre muitos assuntos explorados, abordou as contradições e os desafios colocados à Europa, principalmente designados aos países periféri-

3. Impossibilitada de estar presente na ocasião, por problemas de saúde em sua família, seu texto foi apresentado por Ana Cabrera, da Universidade Nova de Lisboa.

cos do continente – entre os quais se inclui Portugal –, após a crise financeira de 2008. Chamou a atenção, ainda, para os desafios criados para avançar com propostas que busquem a consolidação deste espaço e para a necessária aliança com o espaço ibero-americano, dentro de uma estratégia de globalização alternativa.

José Márcio Barros, da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, abordou diferentes temas e estabeleceu interligações entre a Antropologia Urbana e a Comunicação, discutindo a gestão cultural, a diversidade cultural, a comunicação e a cultura. Para Barros, a diversidade cultural deve ser observada a partir do contexto ibero-americano, o que resulta em possibilidades efetivas de se pensar em comunicação e cultura, em termos de Ibero-América. "É necessário, no entanto, um certo cuidado pois somos 23 países, e é possível falar de 23 trajetórias históricas. No espaço ibero-americano, tínhamos 70 línguas indígenas, apenas no México, 200 na América Central e 170 diferentes línguas no Brasil", ponderou.

Após fazer as ressalvas sobre conflitos, diferenças, desigualdades e desconhecimentos entre os países ibero-americanos, Barros tratou do tema cultura do ponto de vista do direito, garantido a partir da articulação entre Estado e sociedade civil. "A política cultural depende de estratégias, visão de realidade e ação, que sejam articuladas, permanentes, com participação social e abrangência territorial", afirmou, antes de reforçar que "existe um consenso ingênuo em torno da diversidade cultural. Ela deve estar relacionada ao desenvolvimento humano, à qualidade de vida, e possibilidades de escolha". Para que haja mais articulação com vistas ao estabelecimento de políticas de diversidade cultural, defendeu a necessidade de uma ação integrada entre atores da sociedade civil, do Estado e do mercado. "A diversidade não é a reafirmação de si, mas sim uma forma de se construir identidades na e pela troca e diálogo intercultural. O lugar é o nós, não o eu", concluiu, indicando a experiência do *Observatório da Diversidade Cultural*[4], dirigido por ele, como fonte de mais informações.

Margarita Ledo, da Universidade de Santiago de Compostela, abordou o tema cinema, diversidade e redes, com ênfase no papel das línguas no contexto da produção cultural. Apresentou uma análise de oito produtos cinematográficos, com porcentagem da produção em línguas, demonstrando o surgimento de um interesse pela produção galega. A pesquisa foi desenhada a partir do uso específico da tecnologia, com utilização de redes digitais para a distribuição de produtos. Segundo a estudiosa, "um projeto de cinema independente depende da compreensão da complexidade e da diversidade da região". O espaço ibero-americano deve ser concebido como um espaço para elaboração de – e para colocar em prática – políticas da diversidade e para a visibilidade da pluralidade linguística como um dos seus sinais de distinção.

4. Sítio online: www.observatóriodadiversidade.org.br.

A última reflexão deste painel foi a do pesquisador cubano Mario Nieves[5]. Seu texto contempla um referencial histórico sobre a temática da diversidade no contexto da América Latina, com um forte e amplo apelo do ponto de vista social. Sua reflexão chamou a atenção quando afirmou que, na América Latina, há estragos resultantes de um processo desencadeado com o peso da civilização da Europa, que invadiu a América. Ele lembrou que, com isso, a poesia dos indígenas se perdeu, além de suas histórias, filosofias, escritas e literaturas.

Sua contribuição revisa desde uma perspectiva complexa sobre a relação entre políticas de comunicação, cultura e diversidade cultural até o espaço audiovisual ibero-americano. Examina certas configurações das políticas e de suas repercussões por ação ou omissão, no panorama dos meios, da cultura, da diversidade e das expressões culturais, locais, nacionais e regionais da América Latina.

Pela breve descrição das sínteses das temáticas apresentadas nesses dois painéis, pode-se depreender que abordar os sistemas de comunicação e a diversidade cultural no âmbito do espaço ibero-americano é por demais abrangente e complexo. O assunto precisa ser equacionado por meio de pesquisas científicas e de estudos comparativos, entre países, a serem realizados conjuntamente pelos pesquisadores das Ciências da Comunicação na região.

Trata-se de um espaço geográfico que, sobretudo na América Latina, implica em muitos desafios para os comunicadores, diante das grandes diferenças e das desigualdades sociais, que exigem novas iniciativas e uma maior participação do meio acadêmico comunicacional, na proposição de políticas públicas e culturais para melhoria da qualidade de vida e do bem-estar das nossas populações carentes.

FONTES CONSULTADAS

CONFIBERCOM. I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana. *Programa oficial e relatório técnico-científico*. São Paulo: ECA-USP, Socicom, Confibercom, 2011.

CONFIBERCOM 2011. Disponível em: <http://www.confibercom.org/congresso/>. Acesso em: 13 dez. 2011.

5. Mario Nieves não pôde estar presente no congresso por problemas de visto, via EUA. Seu texto foi apresentado por Maria Dora Mourão.

CAPÍTULO 2.2

DISCIPLINAS E FLUXOS

Valério Cruz Brittos[1]
Anderson David Gomes dos Santos[2]

1 INTRODUÇÃO

São Paulo foi sede, em 2011, do I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (I Confibercom). O evento representa o marco definitivo da tentativa, iniciada em 2007, com o Pacto de Guadalajara, de se estabelecer uma comunidade internacional que delimite o espaço dos pesquisadores da Ibero-América (América Latina, Portugal e Espanha), modificando a "ordem" da pesquisa no setor, focada nos – até então – grandes centros socioeconômicos.

Dessa forma, a criação da Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação, também identificada pela sigla Confibercom, em 2009, reflete, na academia, as alterações vistas no contexto político-econômico, nos últimos anos, em que os países "emergentes", com forte liderança brasileira, ganham cada vez mais espaço na dinâmica mundial.

Realizado pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), um grande centro de referência acadêmica mundial, sob coordenação geral da profa. Dra. Margarida Maria Krohling Kunsch, o I Confibercom apresentou, como eixo central de discussões, o tema "Sistemas de comunicação em tempo de diversidade cultural", dividido nos subtemas: "Sistemas ibero-americanos de comunicação" e "Diversidade cultural ibero-americana". Apesar de guiar o evento, as propostas de apresentação não necessitavam trazer uma análise ampla por entre os países que formam a comunidade, mas apresentar uma amostra do que vem sendo pesquisado neles, numa perspectiva de criar mecanismos de cooperação intrarregional.

---

1. Professor titular do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), pesquisador do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), coordenador do Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS) – apoiado pela Ford Foundation –, doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (Facom-UFBA), vice-presidente da Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (Ulepicc-Federación) e diretor administrativo da Confibercom. e-mail: val.bri@terra.com.br.

2. Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, no qual é bolsista Capes. Membro do Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade e do Núcleo de Estudos Cepcom-Comulti, da Universidade Federal de Alagoas (Ufal). e-mail: andderson.santos@gmail.com.

Após sua realização, cabe, agora, verificar criticamente as tendências expostas e debatidas em seus fóruns. Este artigo objetiva analisar como as disciplinas que o campo da Comunicação tem legitimado apareceram ao longo das apresentações realizadas nas 16 sessões temáticas, espaço destinado à apresentação e à discussão das propostas de artigo dos pesquisadores de diferentes países.

O intuito, aqui, é o de demonstrar as diferentes perspectivas sobre o campo comunicacional e o diálogo entre propostas apresentadas em diferentes sessões, seja de forma intradisciplinar, seja entre estudos realizados nos países que formam tal comunidade científica.

Para realizar a análise, parte-se, aqui, da dissecação do I Confibercom, com base nos anais, encontrados em sítio na internet (www.confibercom.org), e no programa final do evento. A opção de apenas uma das alternativas não pareceu válida porque algumas propostas aprovadas não tiveram seus textos completos enviados para a publicação nos anais. Além disso, como no programa final só constam título e palavras-chave dos trabalhos, nem sempre ficou de fácil identificação os instrumentais teóricos utilizados.

2 A DIVERSIDADE DO CAMPO DA COMUNICAÇÃO

A realização desse congresso se insere como um exemplo do papel de vanguarda da comunidade brasileira da área da Comunicação, conforme destacou o presidente da Confibercom e da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom) – também promotora do evento –, o pesquisador José Marques de Melo (2011):

> Desde a criação da Federação Brasileira de Sociedades Científicas e Acadêmicas de Comunicação – SOCICOM –, o campo das ciências das comunicações vem demonstrando sinais de maturidade, encetando um diálogo construtivo com o aparato do Estado, embora tenha ficado pendente a nossa interação criativa com a Sociedade.

Nesse rumo, as 16 sessões temáticas foram escolhidas pelos organizadores de forma a refletir os aspectos teóricos, metodológicos e epistemológicos das diversas áreas de pesquisa em Comunicação, ficando, em sua maioria, a cargo das respectivas entidades de acadêmicos a seleção das propostas e a formulação de mesas, sessões paralelas e painéis. Como o processo de escolha das sessões é realizado pela federação que promove o evento – neste caso, a Socicom –, elas não necessariamente serão as mesmas 16 a comporem a segunda edição do Confibercom, prevista para 2014, em Portugal. Além do mais, novas entidades já passaram a constituir a Confibercom – como a Investigadores Venezolanos de la Comunicación (InveCom) –, e outras deverão se filiar, até o próximo congresso.

Os 576 trabalhos selecionados, dentre 870 resumos inscritos, foram divididos pelos seguintes temas/teorias, por ordem estabelecida pela organização do congresso – conforme especificado no Quadro 1, mais adiante: Audiovisual (rádio, TV, cinema); Cibercultura; Comunicação Organizacional e Relações Públicas; Comunicação Pública da Ciência; Economia Política da Comunicação; Folkcomunicação; História da Mídia; Jornalismo; Marketing Político e Propaganda Política; Semiótica da Comunicação; Epistemologia da Comunicação; Políticas de Comunicação e Cultura; Estudos Culturais; Estudos de Audiência; Educomunicação; Publicidade e Propaganda.

QUADRO 1
Pesquisas apresentadas no I Confibercom

Sessão Temática	Trabalhos aprovados
Audiovisual	28
Cibercultura	78
Comunicação Organizacional e Relações Públicas	44
Comunicação Pública da Ciência	18
Economia Política da Comunicação	25
Folkcomunicação	22
História da Mídia	59
Jornalismo	62
Marketing Político e Propaganda Política	22
Semiótica da Comunicação	46
Epistemologia da Comunicação	29
Políticas de Comunicação e Cultura	21
Estudos Culturais	46
Estudos de Audiência	11
Educomunicação	30
Publicidade e Propaganda	35
Total	**576**

Fonte: Elaboração dos autores.

Não se pretende, aqui, falar sobre os números de propostas aprovadas em cada sessão temática (ST), até mesmo porque existem justificativas para além das epistemológicas, como o período em que os trabalhos foram enviados, no qual há uma série de eventos acadêmicos cujas datas de envio de artigos eram próximas.

O importante a se frisar é que, dada a diversidade do campo, as associações de pesquisadores podem estabelecer diálogos umas com as outras. Por exemplo, estudos sobre meios ou práticas de comunicação específicas – casos, dentre outros, das STs de Audiovisual e de Jornalismo – estabelecem discussões que apare-

cem igualmente em perspectivas teóricas já formadas – casos das STs de Estudos de Audiência e Semiótica da Comunicação – ou em propostas de "arqueologia" – caso da História da Mídia, que percorre os mais diferentes meios de comunicação e proposições de análise sobre eles.

Alguns artigos e algumas propostas utilizam, por exemplo, do eixo teórico-metodológico da análise do discurso como instrumental de estudos de casos, como os relacionados à Publicidade e Propaganda ou à Comunicação Pública da Ciência. Além disso, destaca-se a possibilidade de se verificar as representações sociais e a formação das identidades a partir da mídia, área dos Estudos Culturais e dos Estudos de Audiência.

Outras proximidades ocorrem também pelos próprios objetos tratados por linhas teóricas, como é o caso dos Estudos Culturais Latino-Americanos e da Folkcomunicação. As propostas de regulação da comunicação, por sua vez, aparecem como contexto ou finalidade dos estudos relativos às STs de Políticas de Comunicação e Cultura e de Economia Política da Comunicação – este último ainda traz casos de análise das estruturas de mercado numa perspectiva teórica característica, para além da proposição de políticas públicas ou gestão governamental; ambos ainda podem ser relacionados à necessidade de iniciativas no foco da Educomunicação, com o intuito de se educar criticamente com e para a mídia.

As relações entre sessões temáticas só reafirmam o caráter transdisciplinar e transmetodológico do campo comunicacional, que, em meio a discussões sobre o que poderia ou não ser considerado como seu objeto, acaba por perder de vista a importância do diálogo permitido, e exigido, por seus estudos. Este pode ser o grande legado da Confibercom, o que não poderá ser feito sem a abertura epistemológica e o desprendimento dos pesquisadores da área, numa postura verdadeiramente cooperativa.

Passando pelos textos de Epistemologia da Comunicação, esse processo de inter-relação fica evidenciado, por se tratar do espaço em que as discussões sobre o "estado da arte" têm mais evidência. As contribuições apresentadas no evento tratam tanto de discussões sobre uma possibilidade de definição maior do campo no Brasil quanto de propostas de acréscimo de outras disciplinas que seriam essenciais para os estudos de mídia, como são os casos, dentre outros, da ontologia lucaksiana e da filosofia da linguagem bakhtiniana. Trata-se de uma discussão que percorre os estudos brasileiros e que dispõe de artigos que trabalham com essa análise mais geral. Outros textos optaram por demonstrar – e defender –, nessa sessão temática, propostas já aplicadas, inclusive com relatos de como se deu a construção de objetos em suas pesquisas, tendo em vista a metodologia aplicada e os objetos observados no campo empírico.

Além disso, mesmo no caso das STs com base teórico-metodológica caracterizada enquanto um campo do conhecimento, não se pode dizer que há uma uniformidade nos eixos teóricos nelas discutidos. Acreditar nisso seria pensar num engessamento da produção científica, o que não permitiria a evolução necessária tanto da área em si quanto da própria Ciência.

O caso da Semiótica da Comunicação é exemplar quanto a isso. Para além da teoria que lhe dá nome, formulada por Charles Sander Peirce, há artigos que se propõem a discutir a ação de se comunicar, por meio de outras teorias e de outros métodos, casos da filosofia da linguagem, proposta por Bakhtin e seu círculo, com preocupação ideológica, ou outros tantos casos, como da sociossemiótica ou da semiótica discursiva.

Para fazer uma cartografia dos estudos apresentados, é necessário levar em consideração o quanto, dentro do próprio eixo, se pode movimentar em outras direções, seja em busca de novas contribuições de outras disciplinas do campo ou fora dele.

3 AS MÍDIAS SOCIAIS E DEMAIS TICS COMO OBJETO EMPÍRICO

Como colocado no início deste texto, no caso do crescimento da importância da comunidade ibero-americana para a produção de conhecimento da área, em termos globais, defende-se, aqui, a importância das estruturas político-econômicas como forma de contexto de dadas relações sociais, ou das explicações destas. Então, espera-se que a análise dos temas mais tratados, ao longo dos 576 trabalhos, reflita as mudanças no mundo vivenciadas nos últimos anos, principalmente por conta do avanço tecnológico, e a evolução das próprias linhagens teóricas. Isso sem mencionar os redimensionamentos econômico-políticos da orquestração entre os países, como já mencionado, e ainda em processamento.

Se, há cinco anos, poderia se discutir muito, na área, a importância da web para a modificação da produção e da recepção de materiais, com a possibilidade – da versão 2.0 – de se produzir conteúdo próprio, a maioria das sessões temáticas do I Confibercom, em 2011, acaba por especificar uma preocupação de análise: a criação e a importância das novas tecnologias da informação e da comunicação, casos das redes sociais e das novas possibilidades de produção e de recepção/interatividade abertas com a TV digital – cujo padrão brasileiro foi seguido por grande parte dos países da América Latina.

As redes sociais são tratadas como novas possibilidades de mediação entre as pessoas, e também entre elas e os grupos de comunicação tradicionais. Além disso, há, nelas, no desenvolvimento de casos específicos, a esperança de que sirva para democratizar a informação. Não obstante, numa perspectiva crítica frente à situação atual, constata-se que uma das principais características dessa *fase da multiplicidade da oferta* (BRITTOS, 2010) é que a proliferação de atores

informando não corresponde a uma proximidade de difusão entre determinados materiais alternativos e contra-hegemônicos, com relação aos hegemônicos, que conformam o chamado *mainstream*.

Brechas para a circulação dos produtos alternativos existem e são aproveitadas, não raro, pelos agentes comprometidos com tal dinâmica, mas as barreiras persistem – como poucas possibilidades técnicas para produzir bens culturais, pouco tempo livre, falta de organização e baixa qualificação dos envolvidos –, elementos que podem ser resumidos em ausência de recursos econômicos suficientes, embora o problema seja mais complexo do que unicamente dispêndio de dinheiro.

Além disso, é claro que a possibilidade de inovação acelerada, no plano das TICs, acelera as mudanças de análises nas mais diversas formas teóricas: das que levam em consideração as estruturas socioeconômicas e as relações de poder nelas envolvidas, caso da Economia Política da Comunicação, às estéticas ou de conteúdo, como a Semiótica da Comunicação, passando pelas abordagens que priorizam as próprias alterações na produção de informação, como se verifica nas STs de Jornalismo, Comunicação Organizacional e Relações Públicas e Publicidade e Propaganda. Isso foi realizado tendo como ponto de partida as diferentes etapas do desenvolvimento tecnológico vivenciadas em cada país da Ibero-América, alguns trabalhos estabelecendo comparações entre si.

No caso do Marketing Político e da Propaganda Política, a maioria das pesquisas traz análises ou proposições sobre como utilizar a internet, geralmente as redes sociais, em campanhas eleitorais. Para isso, há a utilização de autores dos mais diversos nichos teóricos, seja para discutir as relações de poder, como Habermas, seja para tratar da construção de redes comunicacionais, casos de Castells e Lévy.

Há, também, dentre todos os trabalhos aprovados, uma preocupação que perpassa algumas STs e que se opta por destacar neste artigo: a formação de quem produz a notícia (comunicadores) e quem leciona sobre a comunicação. Nos trabalhos de Educomunicação, há propostas sobre como se dá a formação de professores e estudantes para que tenham uma visão crítica da mídia e possam utilizá-la da melhor forma possível em suas atividades. Além dos já citados casos de Economia Política da Comunicação e de Políticas de Comunicação e Cultura, os Estudos de Audiência, dentre as propostas de análise dos impactos da mídia, trazem sua colaboração sobre como o jornalista se entende como receptor.

Assim, o atual processo sócio-histórico mostra a importância que a indústria cultural adquire no sistema capitalista e, consequentemente, mostra que os estudos sobre qualquer uma das indústrias culturais requerem que, direta ou indiretamente, essa preocupação se reflita como uma das possibilidades de atuação e análise.

4 CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

Como demonstrar, com conclusões, um campo em crescimento e em meio – principalmente no caso brasileiro – a "disputas" epistemológicas para a definição de determinados eixos teórico-metodológicos? Mais ainda, e agora de forma geral, como falar em conclusões para um evento que pretende marcar o espaço ibero-americano no cenário da Comunicação no mundo, um processo em andamento?

A expectativa, neste artigo, foi a de delinear como se demonstraram as disciplinas e os fluxos, tanto teóricos quanto metodológicos, intra e intersessões, de forma a destacar a importância de se continuar com o atual movimento de difusão e diálogo, sem a preocupação "canibal" que até então marcava o campo. Para além disso, o I Confibercom representa um processo de diálogo entre as teorias e os métodos aplicados em pesquisas, em diferentes partes do mundo, que formam a Ibero-América, cada qual com sua formação histórica própria.

Esta perspectiva é confluente à apresentação do diretor da Escola de Comunicação e Artes da USP, anfitrião do evento, em 2011, o prof. Dr. Mauro Wilton de Souza (2011), quando demonstra que:

> A oportunidade deste evento possibilitará com certeza que nossos estudos e pesquisas possam ser conhecidos e debatidos, que a identidade e a contribuição acumuladas pelas nossas associações possam se expressar junto aos seus pares e possamos bem qualificar os caminhos por onde pensamos e praticamos os processos da comunicação social. Atentos às características culturais de onde olhamos e vivenciamos estas mesmas práticas de comunicação, bem como os contextos de nossas diversas formações político-econômicas, é instigante reconhecer a relevância deste evento ao possibilitar através deste alinhavar qualitativo de práticas e experiências no campo da comunicação o reconhecimento de fato de uma comunidade ibero-americana de comunicação em construção.

Acredita-se que, vencidos os múltiplos obstáculos, foram atingidos os objetivos anunciados para o evento, quais sejam:

- inventariar e disseminar o conhecimento gerado em cada país, região ou comunidade particular;
- mapear as tendências dos sistemas de comunicação visando sua comparação com outras comunidades geopolítico-culturais;
- fomentar a identidade nacional e fortalecer a diversidade regional do pensamento comunicacional no espaço ibero-americano;
- criar mecanismos de cooperação intraregional, fomentando nossa identidade cultural, e de intercâmbio internacional, projetando-a na arena mundial (CONFIBERCOMb, 2011, p. 12).

O pontapé inicial foi dado e, como foi visto ao longo deste texto, as mudanças pelas quais passa o mundo – ainda não as que são defendidas por estes autores, num caráter efetivamente transformador – vão exigir dos pesquisadores da área uma maior capacidade para acompanhar as alterações nos objetos empíricos e de pesquisa até então trabalhados.

Independentemente de se continuar ou não com as discussões sobre objetos comunicacionais, parece ser de extrema importância ter em mente o potencial do campo com a transdisciplinaridade, ainda maior quando se tem a possibilidade de estabelecer diálogos também dentro dele, como foi visto em alguns artigos apresentados na primeira edição do Confibercom.

Espera-se que, para o próximo congresso, na cidade portuguesa de Braga, em 2014, espalhem-se os trabalhos com essa capacidade de efetivo diálogo, de forma que os estudos comunicacionais possam avançar ainda mais na região ibero-americana.

REFERÊNCIAS

BRITTOS, Valério Cruz. Digitalização, democracia e diversidade na fase da multiplicidade da oferta. In: _____. (org.). *Digitalização, diversidade e cidadania*: convergências Brasil e Moçambique. São Paulo: Annablume, 2010. p. 17-29.

CONFIBERCOM – CONGRESSO MUNDIAL DE COMUNICAÇÃO IBERO-AMERICANA, 1., 2011, São Paulo. *Anais*... São Paulo: Confibercom, 2011a.

CONFIBERCOM – CONGRESSO MUNDIAL DE COMUNICAÇÃO IBERO-AMERICANA, 1., 2011, São Paulo. *Programa final*. São Paulo: Confibercom, 2011b.

MARQUES DE MELO, José. Apresentação: Identidade cultural e soberania acadêmica. In: CONGRESSO MUNDIAL DE COMUNICAÇÃO IBERO-AMERICANA, 1., 2011, São Paulo. *Anais*... São Paulo: Confibercom, 2011.

SOUZA, Mauro Wilton de. Apresentação. In: CONGRESSO MUNDIAL DE COMUNICAÇÃO IBERO-AMERICANA, 1., 2011, São Paulo. *Anais*... São Paulo: Confibercom, 2011.

CAPÍTULO 2.3

CIÊNCIA E TECNOLOGIA

Marialva Barbosa[1]
Nélia Del Bianco[2]

1 INTRODUÇÃO

O texto faz um balanço, do ponto de vista da ciência e da tecnologia, no âmbito do campo científico comunicacional, dos avanços que podem ser apresentados a partir das discussões realizadas por pesquisadores brasileiros, latino-americanos, espanhóis e portugueses no I Fórum Ibero-Americano de Política Científica e Tecnológica em Comunicação.

Realizado na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), no dia 3 de agosto de 2011, como parte integrante das atividades do I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (Confibercom), promovido pela Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação, de mesma sigla, e pela Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom), o I Fórum procurou estabelecer os parâmetros desejáveis de orientação da política científica e tecnológica para a área de Comunicação nos países ibero-americanos; discutir as ações necessárias para possibilitar a construção de um espaço ibero-americano de conhecimento científico em Comunicação; e apresentar, de maneira crítica, os critérios centrais para a avaliação da produção científica da pós-graduação, bem como os referenciais indispensáveis para estabelecer qualidade na formação de pesquisadores e na produção da pesquisa em comunicação.

Do ponto de vista das políticas de ciência e tecnologia, a partir da síntese das discussões realizadas em três mesas – "Política Científica e Tecnológica em Comunicação na Ibero-América", "Construção do Espaço Ibero-Americano de Conhecimento Científico em Comunicação" e "Sistemas de avaliação da atividade científica na área de Comunicação" –, alguns cenários se impõem.

1. Professora titular da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e vice-presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). e-mail: mcb1@terra.com.br.

2. Professora da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB) e diretora de documentação da Intercom. e-mail: nbianco@uol.com.br.

Nesse sentido, dividimos o texto em duas partes: na primeira, apresentamos o que estamos chamando de cenários de diversidades, comparando alguns indicadores de ciência e tecnologia, sobretudo referentes à área de Comunicação, de países do espaço ibero-americano; na segunda, apresentamos algumas conclusões com relação às ações de ciência e tecnologia desejáveis para o crescimento de um espaço comum de pesquisa em Comunicação nos países da Ibero-América.

2 CENÁRIOS DE DIVERSIDADES

A diversidade parece ser a marca mais expressiva tanto do conhecimento em Comunicação quanto da forma como se estrutura o cenário de ciência e tecnologia nos diversos países ibero-americanos. A partir do Quadro 1, que compara alguns dados dos sistemas de políticas de ciência e tecnologia do Chile e do Brasil, apresentando alguns números de Portugal, da Espanha e do México, observamos, sobretudo nos últimos anos, a multiplicação de programas de fomento à ciência e à tecnologia, a partir das ações dos órgãos centrais de fomento, com vistas a desenvolver áreas consideradas estratégicas.

Nesse sentido, a Comunicação, como campo de saber, só referencialmente é contemplada por essas políticas – mais diretamente naqueles projetos em que aparece vinculada claramente à questão tecnológica.

No que diz respeito ao cenário chileno, por exemplo, por meio do Consejo Nacional de Televisión (CNTV), integrado por 11 membros de distintos setores do país e diretamente ligado à Presidência da República, entre seus objetivos está o de "capacitar docentes sobre televisão educativa através de seu programa Novasur". Promove também um concurso anual destinado aos canais de TV e aos produtores independentes, premiando programas de televisão de caráter educativo (CASTELLON, 2011).

O Brasil ocupa o quinto lugar entre os países mais populosos do mundo, sendo superado pela China (1,3 bilhão), pela Índia (1,1bilhão), pelos EUA (314 milhões) e pela Indonésia (229 milhões), conforme o censo do IBGE (2010). Mas se comparado com Chile, Portugal e Espanha, é o que apresenta o menor percentual de alfabetização (88,6%). O maior percentual é o espanhol (97,9%).

QUADRO 1
Política científica e tecnológica em Comunicação

País	População	Percentual de alfabetização	Sistemas de ciência e tecnologia	Principais programas de fomento à ciência e à tecnologia
Brasil	190.755.799 habitantes	88,6% (*)	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq, 1951) e Finaciadora de Estudos e Projetos (Finep), uma parte do Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT, 1990). Fundações de Amparo a Pesquisa Estaduais. Universidades. Institutos de Pesquisas e Desenvolvimento.	Cooperação Internacional. Fundos Setoriais. PRONEX. Institutos Nacionais de Ciência e Tecnologia (INCT). Cooperação Internacional. Institutos do Milênio. PIBIC. Programa RHAE. Pesquisador na Empresa. Programas e Projetos do Programa de Pesquisa em Ciências da Terra e Meio Ambiente (CGCTM) PADCT.
Chile	17.248.450 habitantes	95,7%	Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (CONICYT, 1967). Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad (CORFO).	Fondecyt. Fondef. Capital Humano. Explora.
México	113,724,226 habitantes	86,1%	Conselho Nacional de Ciência y Tecnologia (CONACYT). Sistema Nacional de Investigadores (SNI). Sistema Nacional de Evaluación Cientifica y Tecnológica (SINECYT).	Programa de Fomento a la Calidad del Posgrado (PFCP).
Espanha	46.754.780 habitantes	97,9%	Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC).	Instituto de Estudios Documentales sobre Ciencia y Tecnologia (ex-CINDOC).
Portugal	10.760.310 habitantes	93,3%	Ministério para a Ciência e Tecnologia (1995).	Fundação para a Ciência e a Tecnologia. Serviço de Informação e Documentação.

Fontes: IBGE (Censo 2010) e Dados Index Mundi (www.indexmundi.com).

(*) Em relação à taxa de alfabetização, os dados de Portugal, Brasil e Espanha são de 2004.

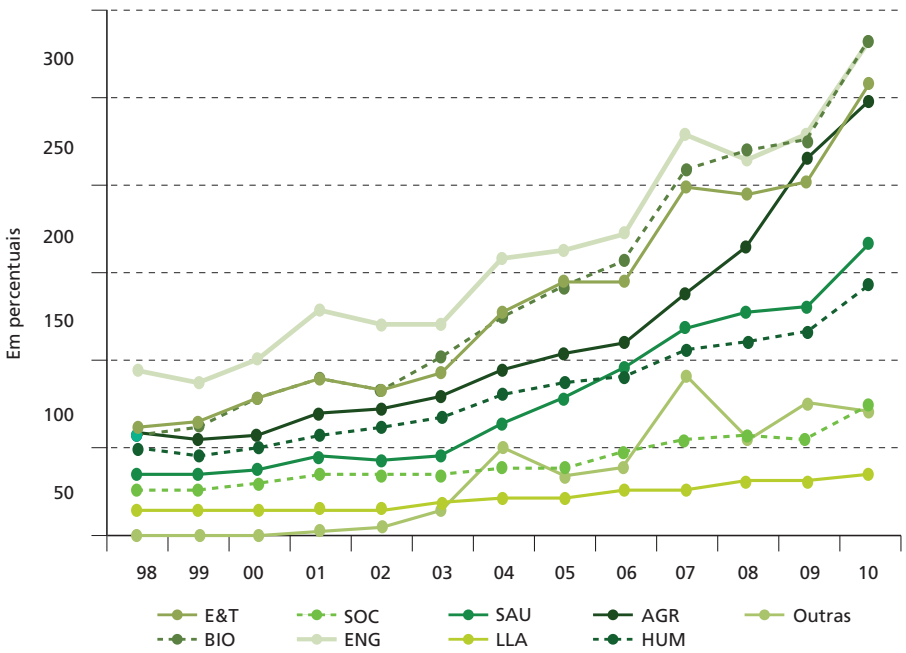
Em comparação com outros países ibero-americanos, o Brasil iniciou a construção de seu sistema de ciência e tecnologia com a criação de órgãos de fomentos específicos, ainda na década de 1950. Outro diferencial diz respeito à diversificação dessas agências de fomento pelos Estados da federação, já que a maioria possui fundações de amparo à pesquisa. Entre as fundações estaduais, a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), criada em 1961, é a mais importante.

Comparando-se o sistema de ciências e tecnologia do Brasil e do Chile, a partir dos dados apresentados por Lúcia Castellon, da Universidad Mayor, pode ser observado que, nos dois países, sobretudo na última década, há a proliferação de programas de fomento à ciência e à tecnologia, alguns dirigidos a áreas estratégicas. No que diz respeito à participação da Comunicação no montante do que

é destinado à ciência e à tecnologia, destaca-se a baixa participação da área em relação à distribuição geral das verbas.

A grande área, Ciências Sociais Aplicadas, no Brasil, em comparação com as demais, ocupa o penúltimo lugar em relação ao montante de investimentos na área (só perdendo para Literatura, Letras e Artes). No gráfico a seguir, fica claro, ainda, que o montante dos investimentos aplicados na área permaneceu estável de 1998 a 2009, observando-se um pequeno aumento no último ano da série: 2010.

GRÁFICO 1
Bolsas e fomentos do CNPq segundo grande área (1998-2010)

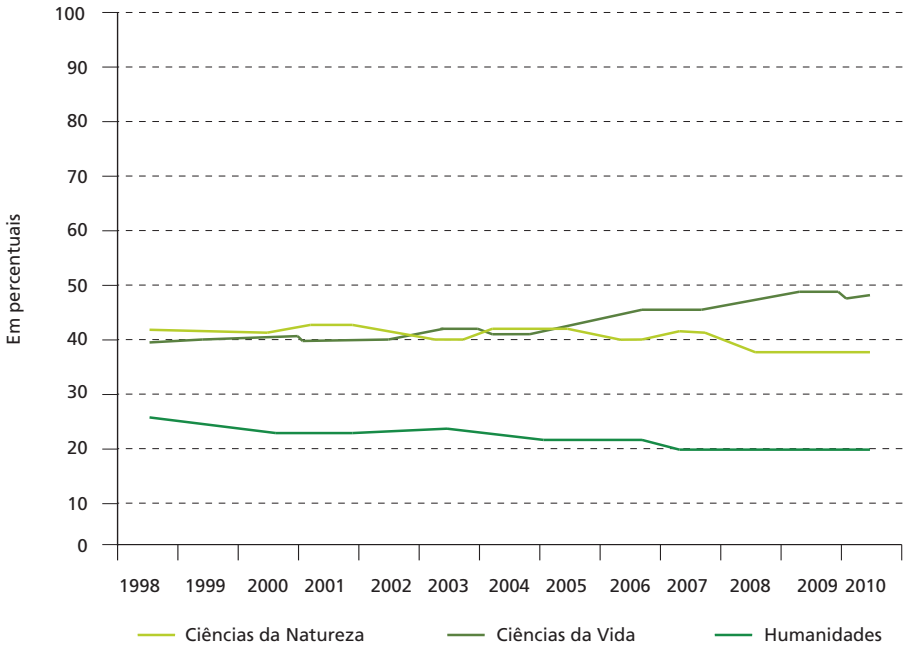


Fonte: CNPq (2010).

Obs.: Áreas de Conhecimento: E&T – Ciências Exatas e da Terra; BIO – Ciências Biológicas; SOC – Ciências Sociais e Aplicadas; ENG – Engenharias; SAU – Ciências da Saúde; LLA – Linguística, Letras e Artes; AGR – Ciências Agrárias; HUM – Ciências Humanas.

O Gráfico 2 mostra que, em relação à participação percentual segundo os grandes ramos da Ciência (Natureza, Vida e Humanidades), há defasagem considerável das duas primeiras em relação aos estudos de Ciências Humanas. Considerando-se que, dentro das chamadas Humanidades, a subárea de Ciências Sociais Aplicadas ocupa a penúltima colocação, e que, nesta, a Comunicação é uma das menores áreas, observa-se que o investimento em ciência e tecnologia, em relação à Comunicação, é pouco expressivo, se comparado com outras áreas de conhecimento.

GRÁFICO 2
Bolsas e fomentos do CNPq: participação percentual segundo os grandes ramos da Ciência (1998-2010)



Fonte: CNPq (2010).

A partir do cenário apresentado por Moisés de Lemos Martins, presidente da Sociedade Portuguesa de Ciências da Comunicação (Sopcom), algumas considerações podem ser feitas em relação especificamente à área de Comunicação, comparando a gênese de sua constituição nos dois países.

O primeiro curso de Comunicação, em Portugal, surge em 1979, trinta e dois anos depois da criação do primeiro curso brasileiro, em 1947, na Cásper Líbero, em São Paulo. No ano seguinte, seria criado o segundo curso brasileiro, na então Universidade do Brasil – hoje, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Também no que diz respeito à pós-graduação, o primeiro curso criado em Portugal foi em 1983. No Brasil, surgem, já na década de 1970, as seguintes pós-graduações: Universidade de São Paulo (1972), Universidade Federal do Rio de Janeiro (1972), Universidade de Brasília (1974), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1976) e Instituto Metodista de Ensino Superior (1978) – hoje, Universidade Metodista de São Paulo. No final da dedada de 1980, são criados mais dois cursos de pós-graduação em Comunicação: o da Universidade de Campinas, em 1987, e o da Universidade Federal da Bahia, em 1989. Na década de 1990, ocorre a primeira expansão das pós-graduações no país, com o surgimento

de três novos cursos no Rio Grande do Sul (PUCRS, Unisinos e UFRGS), um em Minas Gerais (UFMG) e um no Estado do Rio de Janeiro (UFF). Em 2000, segundo documento de área da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), havia 14 Programas em Comunicação no Brasil, ainda que a maioria concentrada nas regiões Sudeste e Sul.

QUADRO 2
Área de Comunicação: gênese no Brasil e em Portugal

País	Graduação	Pós-graduação	Centro de investigação	Revista
Brasil	1º curso: 1947	1º curso: 1972	Instituto de Ciências da Informação (Icinform): 1963	Comunicação & Problemas: 1965
Portugal	1º curso: 1979	1º curso: 1983	Centro de Estudos em Comunicação e Linguagens (CECL): 1983	Comunicação e Linguagens: 1985

O primeiro centro de pesquisa brasileiro de Comunicação, o Instituto de Ciências da Informação (Icinform), foi criado, em 1963, por Luiz Beltrão, como resultado de convênio entre a Universidade Católica de Pernambuco (Unicap) e a Universidade de Brasília (UnB). O Icinform passou a editar, a partir de 1965, a revista *Comunicação & Problemas*, o primeiro periódico científico de Comunicação do país. Em Portugal, a primeira revista científica da área – *Comunicação e Linguagens* – é editada a partir de 1985.

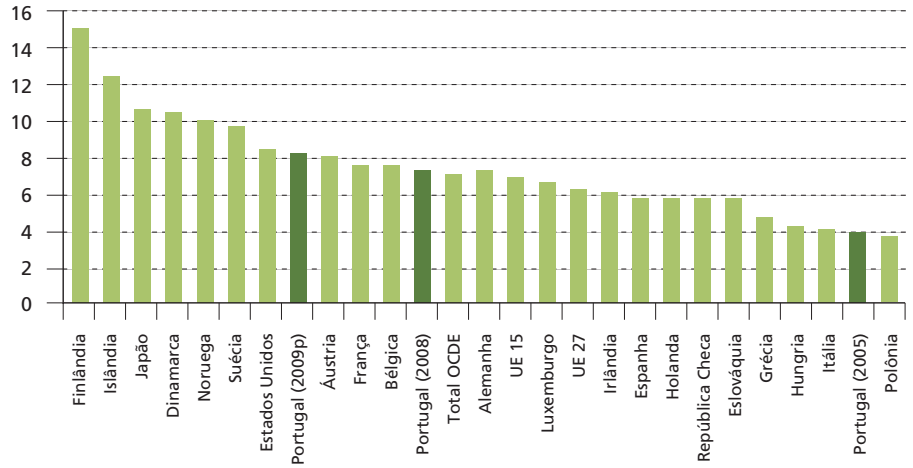
Em Portugal, foram defendidas 1.117 teses de doutorado na área de Ciências da Comunicação no período de 1990 e 2010, conforme dados do Ministério de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior[3]. No Brasil, segundo dados da Capes, foram defendidas, de 1996 a 2009, 4.991 dissertações de mestrado e 1.719 teses de doutorado, totalizando 6.311 produções[4].

O gráfico a seguir, que mostra o crescimento expressivo de Portugal no ranking total dos pesquisadores do mundo – ficando o país, em 2009, no que dizrespeito ao percentual em relação à população economicamente ativa,equiparado aos Estados Unidos e à frente da França, por exemplo –, não se aplica, portanto, ao cenário científico dos estudos pós-graduados em Comunicação naquele país. A pós-graduação em Portugal é relativamente recente, se comparada com a situação do Brasil, e com pequena densidade em termos numéricos, no que diz respeito às defesas de doutorado.

3. Dados disponíveis no site do Gabinete de Planejamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais do Ministério de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior: www.gpeari.mctes.pt/index.php.

4. Dados disponíveis em: trienal.capes.gov.br/wp-content/uploads/2011/02/RELATÓRIO-DE-AVALIAÇÃO-2010-CSA-I.pdf

GRÁFICO 3
Total de pesquisador por perfil da população ativa



Fonte: Martins (2011), com dados do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior de Portugal.

No que se refere especificamente à evolução do financiamento e do número de bolsas em execução em programas de doutoramento e de pós-doutoramento na área de Ciências da Comunicação, no período de 1995 a 2010, observamos, no cenário português, um crescimento exponencial, revelando que, gradualmente, a Comunicação passa a ocupar lugar mais estratégico. Enquanto, em 2000, destinou-se pouco mais de 640 mil euros ao financiamento de projetos de doutorado e de pós-doutorado, com 45 bolsas de doutorado em execução e apenas uma de pós-doutorado, em 2010, o cenário mudara radicalmente: estavam em execução 163 financiamento de bolsas de doutorado e 20 de pós-doutorado, perfazendo um total de financiamento de mais de 2.600.000 euros.

QUADRO 3
Evolução do financiamento e do número de bolsas de doutorado e de pós-doutorado em Ciências da Comunicação em Portugal (1995-2010)

Ano de financiamento	Financiamento			Bolsas em execução	
	Total	BD	BPD	BD	BPD
1995	37.193 €	36.861 €	332 €	3	1
(...)	–	–	–	–	–
2000	643.106 €	619.214 €	23.892 €	45	1
(...)	–	–	–	–	–
2005	778.203 €	639.551 €	138.927 €	48	7
2006	821.458 €	668.531 €	152.927 €	56	11
2007	1.073.597 €	896.931 €	176.666 €	69	14
2008	1.523.993 €	1.291.620 €	232.373 €	104	16
2009	1.845.908 €	1.591.717 €	254.192 €	129	20
2010	2.636.399 €	2.337.333 €	299.066 €	163	20

Fonte: Martins (2011), com dados da Fundação para a Ciência e a Tecnologia de Portugal.

QUADRO 4
Bolsas por modalidades na área de Comunicação no Brasil (investimento em 2011)

Modalidade	Número de Bolsas	Total em R$	Total em US$
Bolsas no país	587,8	5.454.234	3.327.895(*)
Doutorado pleno no exterior	3,0	127.566	77.953
Doutorado sanduíche no exterior	1,4	74.319	45.238
Pós-doutorado no exterior	0,6	34.161	20.881
Total	**592,8**	**5.690.280**	**3.471.967**

Fonte: CNPq.

Obs.: 1) número de bolsas: refere-se ao número médio de mensalidades pagas no período; 2) investimentos: total de recursos relativos às folhas de pagamento no período (conceito de competência e não de caixa), incluindo todos os benefícios componentes das bolsas, quais sejam mensalidades, taxas escolares, seguro-saúde, auxílio instalação, auxílio tese e passagens aéreas; 3) apenas os dados dos meses de janeiro a setembro estão computados no ano selecionado; 4) apenas para comparação, o total da área CSA foi de 4.441,5 bolsas, num montante de 39.114.027 reais investidos ou 23.894.588 dólares.

Os números apresentados por Raúl Fuentes Navarro, do México, não produziram um diagnóstico distinto: o gasto com ciência e tecnologia, naquele país, corresponde a 0,45% do PIB; a taxa bruta de cobertura da educação superior alcança apenas 27%; há crescimento desnivelado da oferta de educação superior; e observa-se a mercantilização da oferta de cursos de graduação, o que gradativamente alcança também a pós-graduação (dos 200 doutorados em IES, 60% são em instituições públicas e 40% em privadas).

No que diz respeito à área de Comunicação, sobre a participação dos pesquisadores no Sistema Nacional de Investigadores (SNI)[5], em 2011, segundo Fuentes Navarro (2011), apenas 179 figuram como pesquisadores, estando distribuídos nas áreas de Humanidades ou Ciências Sociais, conforme demonstra o Quadro 5.

5. Organismo criado em 1984 "para reconocer las actividades de las personas dedicadas a producir conocimiento científico y tecnológico" (REGLAMENTO DEL SIN apud FUENTES NAVARRO, 2011).

QUADRO 5
Pesquisadores da Comunicação no SNI (México), em 2011

Área	Disciplina	C	1	2	3	E	Total
IV: Humanidades y Ciencias de la Conducta	Antropología	1	6	2	1	1	11
	Historia	–	4	1	5	–	10
	Linguística	–	3	5	2	–	10
	Pedagogía	–	4	–	–	–	4
	Psicología	–	1	–	–	–	1
Total Área IV		**1**	**18**	**8**	**8**	**1**	**36**
V: Ciencias Sociales	Ciencias Económicas	–	2	–	–	–	2
	Ciencias Jurídicas	1	1	2	1	–	5
	Ciencias Políticas	2	16	4	2	–	24
	Sociología	20	67	15	10	–	112
Total Área V		**23**	**86**	**21**	**13**	**–**	**143**
Investigadores de la Comunicación SNI		24	104	29	21	1	179

Fonte: Fuentes Navarro (2011).

Do total de 2.199 programas de pós-graduação (sendo 2.032 mestrados e 167 doutorados) existentes no México, 209 (10,3%) correspondem à área de Ciências Sociais, sendo que apenas 19 estão voltados para os estudos de Comunicação.

QUADRO 6
Programas de Pós-Graduação em Comunicação reconhecidos pelo Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC)

		Reciente creación	En desarrollo	Consolidado	Competencia internacional
Doctorado	5 Público	DCSH UAA *	DCS UAM-X *	DCPS UNAM * DED UdeG *	DCS UdeG *
	2 Privado		DEH ITESM *	DECS ITESO *	
Maestría	8 Público	MCE BUAP MC UAT	MCyP UAM-X MES UABC MDI UMSNH	MC UNAM MCS UdeG *	MC UdeG
	4 Privado		MAPMI ITESM	MCC ITESM MC UIA	MCCC ITESO
Total: 19	**13 Público**	**3**	**4**	**4**	**2**
	6 Privado	**–**	**2**	**3**	**1**

Fonte: Fuentes Navarro (2011).

Nota do autor: los 8 programas marcados con asterisco (*) incluyen Comunicación en denominaciones más amplias; 17 programas son evaluados como de Ciencias Sociales y 2 como de Humanidades.

Espaço comum ibero-americano de Comunicação

A partir do diagnóstico e das conclusões do I Fórum Ibero-Americano de Política Científica e Tecnológica em Comunicação, realizado por pesquisadores espanhóis, portugueses e latino-americanos, podemos estabelecer algumas conclusões para a construção de uma política comum de pesquisa em Comunicação nesse espaço, apesar dos cenários de diversidades que se apresentam.

O papel que o Brasil ocupa, hoje, no cenário econômico mundial cria condições necessárias para o interesse na penetração desses países num mercado considerado prioritário, por meio da promoção de estudos conjuntos e da construção de acordos internacionais, para realização de pesquisas integradas, entre outras ações. As cotutelas em teses de doutoramento, a promoção da dupla titulação no mestrado e no doutorado e até a promoção de colaboração plena entre bibliotecas são programas que podem ser pensados a partir do intercâmbio multicontinental, promovendo o desenvolvimento de um pensamento ibero-americano em Comunicação. O intercâmbio e a mobilidade entre pesquisadores ibero-americanos são estratégias essenciais para troca de experiências, realização de pesquisas em conjunto e orientação compartilhada de teses. Evidentemente, será preciso, para isso, superar lacunas notáveis e desequilíbrios históricos na mobilidade e na cooperação, especialmente em relação à Espanha e a Portugal, cujas relações com a América Latina são esporádicas e quase sempre assimétrica.

Outro aspecto importante na construção de uma política científica para a área é a criação de portais web dedicados a reunir estudos de Comunicação. Proposta que, se efetivada, implica em fazer um mapeamento da produção científica e disponibilizá-la em rede, diversificando as fontes de pesquisa e consulta na área.

A existência de um "pensamento latino-americano"[6], densamente construído ao longo do desenvolvimento de estudos e de reflexões teóricas, em consonância com aspectos culturais que aproximam os diversos países, favorece a troca científica no campo da Comunicação e cria a possibilidade da realização de diversas ações estratégicas na área, envolvendo múltiplos países. É possível, em termos de pesquisa em Comunicação, face também ao cenário tecnológico da área, pensar em um espaço comum ibero-americano de Comunicação.

REFERÊNCIAS

CAPES. *Relatório avaliação 2007-2009*: trienal 2010. Disponível em <http://trienal.capes.gov.br/wp-content/uploads/2011/02/RELATÓRIO-DE-AVALIAÇÃO-2010-CSA-I.pdf>. Acesso em: 19 out. 2011.

CASTELLON, Lúcia. Politicas de ciencia, tecnología y comunicación en Chile. In: FÓRUM IBERO-AMERICANO DE POLÍTICA CIENTÍFICA E TECNOLÓGICA EM COMUNICAÇÃO, 1., 2011, São Paulo. *Anais*... São Paulo: Confibercom, 2011.

CNPq. *Estatíticas*. Disponível em <http://www.cnpq.br/estatisticas/indic_gde_area.htm>. Acesso em: 19 out. 2011.

6. Em relação à construção do pensamento comunicacional latino-americano, consultar Marques de Melo (2007), Marques de Melo, Gobbi e Herbelê (2009), entre outros autores.

FUENTES NAVARRO, Raúl. Sistemas de evaluación de la actividad científica en el área de comunicación en México In: FÓRUM IBERO-AMERICANO DE POLÍTICA CIENTÍFICA E TECNOLÓGICA EM COMUNICAÇÃO, 1., 2011, São Paulo. *Anais*... São Paulo: Confibercom, 2011.

MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; HEBERLÊ, Antonio Luiz Oliveira (orgs.). *A diáspora comunicacional que se fez Escola Latino-Americana*: as idéias de Eliseo Verón. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, 2009.

MARQUES DE MELO, José. *Entre el saber y el poder*: pensamiento comunicacional latinoamericano. México: Unesco, 2007.

MARTINS, Moisés de Lemos. Ciência e Tecnologia em Comunicação na Europa. In: FÓRUM IBERO-AMERICANO DE POLÍTICA CIENTÍFICA E TECNOLÓGICA EM COMUNICAÇÃO, 1., 2011, São Paulo. *Anais*... São Paulo: Confibercom, 2011.

CAPÍTULO 2.4

PÓS-GRADUAÇÃO[1]

Maria Immacolata Vassallo de Lopes[2]
Richard Romancini[3]

1 CONTEXTO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR NO BRASIL

No contexto da América Latina, o Brasil caracteriza-se por uma situação peculiar: situa-se abaixo das médias da região, em termos da educação superior de nível graduado, e acima, em termos da pós-graduação (como mostra a Tabela 1), o que se reflete no índice de investigadores e tecnólogos empregados com dedicação plena a tarefas de investigação e desenvolvimento. Como apontam Fuentes Navarro e Bustamante Farías (2011), embora distante dos EUA, no Brasil o número é similar ao do Canadá e da Espanha, representando 49,3% dos investigadores latino-americanos ocupados. Essa situação também se destacará no campo da pós-graduação em Comunicação.

TABELA 1
Indicadores estruturais básicos do Brasil e da América Latina e do Caribe

	População total	PIB/per capita USD (PPP)	População economicamente ativa (milhões)	Pesquisadores por 1000 PEA	Estudantes de educação superior (mil)	Professores de educação superior (milhões)	Taxa bruta de cobertura da educação superior (%)
Brasil	189.6	11,289	100.5	2,09	5,958	375	34
AL e Caribe	564,54	ND	259.6	1.86	19,723	1,475	38

Fontes*: RYCYT (www.ricyt.org); World Bank*: *World Development Indicators Database; Unesco*: *Global Education Digest 2010 – Comparing Statistics Across the World.*

1. O presente texto é um resumo do diagnóstico apresentado no I Fórum Ibero-Americano de Pós-Graduação em Comunicação, coordenado por Maria Immacolata Vassallo de Lopes e realizado na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), em 4 agosto de 2011, dentro do I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (Confibercom), promovido pela Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação, de mesma sigla. Para fins de levantamento e de análise, a pós-graduação foi dividida em cinco contextos regionais: 1) Brasil; 2) México, América Central e Caribe; 3) América do Sul (exceto Brasil); 4) Portugal; e 5) Espanha.

2. Professora titular do Departamento de Comunicações e Artes da ECA-USP. Coordenadora do Centro de Estudos do Campo da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (CECOM-ECA-USP). e-mail: immaco@usp.br.

3. Doutor e pesquisador do Centro de Estudos do Campo da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. e-mail: richard.romancini@gmail.com.

Sobre o ensino de graduação, nota-se que há, na América Latina, nas últimas décadas, um "crescimento explosivo", para o qual as estatísticas brasileiras sem dúvida contribuem. A primeira década do século XXI caracteriza-se por um impulso significativo das matrículas no ensino de graduação, como mostram os dados da Tabela 2. Duas políticas públicas federais desse período estão relacionadas a este crescimento: o Reuni[4] e o Prouni[5]. Também importante e associado à segunda política é o crescimento das instituições particulares de educação superior, o que explica o crescimento do percentual de alunos nelas matriculados (Tabela 2).

TABELA 2
Número de alunos matriculados no ensino superior: Brasil 1980-2009

Ano	Matrícula no Ensino Superior			% de IES Privadas
	Total	Privadas	Públicas	
1980	**1.377.286**	885.054	492.232	64,3%
1985	**1.367.609**	810.929	556.680	59,3%
1990	**1.540.080**	961.455	578.625	62,4%
1995	**1.759.703**	1.059.163	700.540	60,2%
2000	**2.694.245**	1.807.219	887.026	67,1%
2005	**4.567.798**	3.321.094	1.246.704	72,7%
2009	**5.954.021**	4.430.157	1.523.864	74,4%

Fonte: *MEC/Inep – dados citados em Carvalho (2004) e Inep (2010).*

Conforme os dados da Tabela 3, houve crescimento também no número de matriculados, bem como no de titulados da pós-graduação no Brasil, nos últimos anos. A matrícula praticamente dobrou, no período de 1999 a 2009, passando de 85 a 161 mil, enquanto número de titulados teve aumento percentual mais expressivo ainda, 153%, indo de cerca de 20 a 50 mil titulados.

4. O Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni), instituído pelo Decreto nº 6.096, de 24 de abril de 2007, é uma das ações que integram o Plano de Desenvolvimento da Educação (PDE), tendo como objetivos "retomar o crescimento do ensino superior público, criando condições para que as universidades federais promovam a expansão física, acadêmica e pedagógica da rede federal de educação superior". Disponível em: reuni.mec.gov.br

5. Conforme informa o site do programa, "o Prouni – Programa Universidade para Todos tem como finalidade a concessão de bolsas de estudo integrais e parciais em cursos de graduação e sequenciais de formação específica, em instituições privadas de educação superior. Criado pelo Governo Federal em 2004 e institucionalizado pela Lei nº 11.096, em 13 de janeiro de 2005, oferece, em contrapartida, isenção de alguns tributos àquelas instituições de ensino que aderem ao Programa". Disponível em: prouniportal.mec.gov.br

TABELA 3
Evolução do número de matriculados e titulados nos cursos de pós-graduação: Brasil 1999-2009

Ano	Mestrado Matriculado	Mestrado Titulado	Doutorado Matriculado	Doutorado Titulado	Mestrado Profissional Matriculado	Mestrado Profissional Titulado	Total Matriculado	Total Titulado
1999	54.792	14.938	29.895	4.831	589	43	85.276	19.812
2001	62.353	19.651	35.134	6.040	2.956	362	100.443	26.053
2003	66.951	25.997	40.213	8.094	5.065	1.652	112.229	35.743
2005	73.805	28.605	43.942	8.989	6.301	2.029	124.048	39.623
2007	84.356	30.559	49.667	9.915	7.638	2.331	141.661	42.805
2009	93.016	35.686	57.917	11.368	10.135	3.102	161.068	50.156

Fonte: *GeoCapes (geocapes.capes.gov.br/geocapesds/).*

Quanto à natureza jurídica das instituições de ensino superior (IES) em que se situam os programas de pós-graduação (PPGs), nota-se que o aumento de titulados correlaciona-se a uma maior participação percentual de programas de natureza privada dentro de sistema (Tabela 4). Entretanto, a participação dos programas privados, que passou, no período de 1999 a 2009, de 10,5% para 19,9% é minoritária. A pós-graduação no Brasil, assim como o apoio à pesquisa e ao desenvolvimento tecnológico, é um empreendimento majoritariamente público. No caso dos PPGs, em 2009, o governo federal manteve a maioria (54,4%), seguido pelos Estados (24,9%).

TABELA 4
Distribuição dos programas de pós-graduação por tipo institucional: Brasil 1999-2009

Ano	Federal		Estadual		Privada		Municipal		**Total**	
	N	%	N	%	N	%	N	%	**N**	**%**
1999	793	58,2	424	31,1	143	10,5	3	0,2	**1.363**	**100,0**
2001	863	55,7	470	30,3	213	13,7	4	0,3	**1.550**	**100,0**
2003	990	54,5	516	28,4	304	16,7	8	0,4	**1.818**	**100,0**
2005	1.104	53,7	553	26,9	387	18,8	13	0,6	**2.057**	**100,0**
2007	1.280	53,1	620	25,7	492	20,4	16	0,7	**2.408**	**100,0**
2009	1.479	54,4	677	24,9	542	19,9	20	0,7	**2.718**	**100,0**

Fonte: *GeoCapes (geocapes.capes.gov.br/geocapesds/).*

Vale dizer que na pós-graduação pública não há cobrança de mensalidades aos estudantes. Isso se relaciona ao texto constitucional brasileiro, que, no capítulo sobre a Educação, no inciso IV do Artigo 206, estipula a "gratuidade do ensino público em estabelecimentos oficiais". A esse quadro, a Coordenação de Aperfei-

çoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), órgão do Ministério da Educação que regulamenta a PG no Brasil, criou, em 1998, o mestrado profissional, com possibilidade de financiamento privado, sendo esse tipo de curso minoritário, atualmente (Tabela 3).

Outro aspecto positivo relativo à pós-graduação brasileira, no último decênio, é uma maior dispersão geográfica, a partir do aumento percentual de programas, em quase todas as regiões brasileiras, como mostra a Tabela 5. A região que vem apresentando queda percentual é a Sudeste, que concentra a grande maioria dos programas, tendo passado, entre 1999 e 2009, de 60,8% para 50,1% do total dos PPGs. Ou seja, ela continua a deter grande impacto dentro do sistema e ainda atua como nucleadora de PPGs para outras regiões do país, embora com crescimento mais lento. Como se mostrará adiante, a dispersão, com o surgimento de PPGs em regiões que não os possuíam, marca atualmente também a área da Comunicação.

TABELA 5
Distribuição dos programas de pós-graduação por região: Brasil 1999-2009

Ano	Sudeste		Sul		Nordeste		Centro-Oeste		Norte		**Total**	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	**N**	**%**
1999	829	60,8	242	17,8	194	14,2	72	5,3	26	1,9	**1.363**	**100,0**
2001	901	58,1	286	18,4	226	14,6	99	6,4	38	2,5	**1.550**	**100,0**
2003	1.020	56,1	354	19,5	277	15,2	110	6,1	57	3,1	**1.818**	**100,0**
2005	1.106	53,8	409	19,9	342	16,6	126	6,1	74	3,6	**2.057**	**100,0**
2007	1.234	51,2	488	20,3	412	17,1	170	7,1	104	4,3	**2.408**	**100,0**
2009	1.363	50,1	547	20,1	492	18,1	195	7,1	121	4,5	**2.718**	**100,0**

Fonte: *GeoCapes (geocapes.capes.gov.br/geocapesds/).*

De maneira geral, observa-se "um relativo equilíbrio na distribuição dos cursos de mestrado e de doutorado entre as diversas áreas do conhecimento", ao contrário dos "cursos de graduação, nos quais verifica-se um nítido predomínio quantitativo dos cursos da área de ciências sociais aplicadas" (MARTINS, 2002, p. 80)[6].

Quanto às áreas de conhecimento, o sistema de pós-graduação no Brasil apresenta uma topologia marcada por: 1) *Grandes Áreas de conhecimento* e 2) *Áreas de Conhecimento*, cada qual com suas respectivas *Subáreas*. A Comunicação situa-

6. Ao descrever o desenvolvimento da pós-graduação brasileira, Balbachvesky (2005) observa que esse relativo equilíbrio possui raízes históricas, no início do desenvolvimento do sistema de pós-graduação. Isso ocorre porque os órgãos governamentais que fomentaram a pós-graduação acabaram sobrepondo seus interesses no desenvolvimento de áreas diferentes: o Ministério da Educação, interessado na formação de professores para as IES, privilegiava as humanidades e as áreas afins, enquanto o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e a Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) voltavam-se às áreas de ciências e engenharias.

se dentro da Área de Ciências Sociais Aplicadas I, que agrupa, ainda, Ciência da Informação e Museologia, compondo – com Direito, Economia e outras áreas – a Grande Área de Ciências Sociais Aplicadas.

De acordo com a Tabela 6, esta Grande Área apresentou, de 1999 a 2009, ligeiro declínio, passando de 14,4% a 12,4% do total de discentes matriculados.

TABELA 6
Distribuição percentual de discentes matriculados por grande área: Brasil 1999-2009

Ano	Ciências Humanas	Engenharias	Ciências da Saúde	Ciências Sociais Aplicadas	Ciências Agrárias	Ciências Exatas e da Terra	Multidisciplinar	Ciências Biológicas	Linguística, Letras e Artes
1999	16,6	16,5	14,7	14,4	9,1	11,1	2,7	8,5	6,4
2001	16,9	15,7	13,6	15,8	9,1	10,7	4,0	8,0	6,2
2003	17,3	16,3	13,2	14,2	9,1	10,2	5,2	8,0	6,5
2005	17,4	15,4	13,9	13,6	9,0	9,7	6,4	7,9	6,7
2007	17,2	15,0	13,8	13,1	9,3	9,7	7,5	7,8	6,7
2009	16,6	14,8	14,5	12,4	9,8	9,7	8,4	7,6	6,2

Fonte: *GeoCapes (geocapes.capes.gov.br/geocapesds/).*

Em 2008, o Brasil possuía 1,4 doutores por mil habitantes – faixa 25-64 anos (CGEE, 2010) – e almeja, conforme exposto no último Plano Nacional de Pós-Graduação (ver adiante), aumentar essa relação para 4,54 por mil, em 2020. Para os anos seguintes, planeja-se contínuo crescimento, com metas ambiciosas, de modo a equiparar o país à situação do mundo desenvolvido (Tabela 7).

TABELA 7
Projeção do crescimento do número de doutores no Brasil e comparação com outros países

Ano	Número de doutores titulados por ano	Doutores por mil habitantes no Brasil	Crescimento em relação a 2010	Doutores por mil habitantes de outros países em 2008
2010	11.974	2,26	–	–
2013	13.962	2,74	21%	–
2020	28.987	4,54	101%	–
2024	44.005	6,34	180%	Canadá (6,5)
2027	60.182	8,26	265%	EUA (8,4)
2033	112.566	14,50	541%	Alemanha (15,4)
2038	189.680	23,77	951%	Suíça (23,0)

Fonte: *Guimarães (2011).*

Os esforços para o fortalecimento da pós-graduação brasileira têm resultado em progressos na classificação do país em *rankings* científicos (Tabelas 8 e 9).

TABELA 8
Ranking dos países com produção científica no ano de 2009 e seu % no mundo

Colocação	País	Número de artigos	% no mundo
1	EUA	341.038	28,6%
2	China	118.108	9,9%
3	Alemanha	89.545	7,5%
4	Inglaterra	79.780	6,7%
5	Japão	78.930	6,6%
6	França	65.301	5,5%
7	Canadá	55.534	4,7%
8	Itália	51.606	4,3%
9	Espanha	44.324	3,7%
10	Índia	40.250	3,4%
11	Coreia do Sul	38.651	3,2%
12	Austrália	38.599	3,2%
13	Brasil	32.100	2,7%
14	Holanda	30.204	2,5%
15	Rússia	30.178	2,5%
16	Taiwan	24.442	2,1%
17	Turquia	22.037	1,8%
18	Suíça	21.800	1,8%
19	Suécia	19.611	1,6%
20	Polônia	19.513	1,6%

Fonte: *ISI – Institute for Scientific Information; National Science Indicators, USA; Base Deluxe – SCI (2009) – dados citados em Guimarães (2011).*

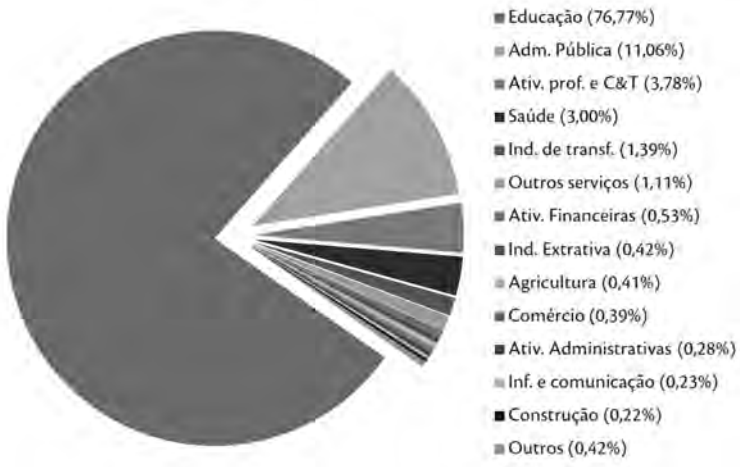
TABELA 9
Comparação da Produção científica do Brasil e de países de destaque: quinquênio 2005-2009

Colocação	País	Número de artigos	Impacto	Citação	% no mundo
1	EUA	1.575.254	7,08	11.149.553	30,30
2	Alemanha	406.217	6,40	2.600.602	7,81
3	Inglaterra	360.910	6,89	2.487.106	6,94
4	França	291.495	5,82	1.695.850	5,61
5	Holanda	131.977	7,31	964.660	2,54
6	Brasil	118.239	3,04	359.213	2,27
7	Suíça	96.306	8,02	772.263	1,85
8	Suécia	91.209	6,81	621.193	1,75

Fonte: *ISI – Institute for Scientific Information; National Science Indicators, USA; Base Standard – ESI (2009) – dados citados em Guimarães (2011).*

Uma das dimensões do impacto social da pós-graduação é o destino profissional dos egressos. Pesquisa sobre esse assunto, a partir de dados dos doutores titulados no período de 1996 a 2006, mostra que, dentre os que trabalhavam no ano de 2008, 76,8% dos doutores atuavam em estabelecimentos cuja atividade econômica principal era a *educação*, e 11,06% trabalhavam na *administração pública*. Os outros doutores, pouco mais de um décimo do total, distribuíam-se entre as 19 seções restantes da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), conforme o Gráfico 1. Apesar da concentração do emprego dos doutores em educação, há uma tendência de sua absorção por outras áreas, não por uma diminuição em números absolutos da educação, mas porque "os demais setores estão absorvendo doutores em uma velocidade muito superior" (CGEE, 2010, p. 39). Especificamente na área da Comunicação, conforme a pesquisa de Lopes (2001), 56% dos mestres e doutores, titulados entre 1994 e 1998, atuavam "na universidade", 28% "na universidade e no mercado" e 16% somente "no mercado".

GRÁFICO 1
Distribuição percentual dos doutores titulados no Brasil no período 1996-2006, empregados durante o ano de 2008



Fonte: *CGEE (2010).*

O principal órgão de apoio à pós-graduação é a já mencionada Capes, criada em 1951, que concedeu, em 2010, 58.107 bolsas, assim distribuídas: 33.357 para mestrado, 21.941 para doutorado, 2.734 para pós-doutorado e 75 dentro do programa Professor Visitante Nacional Sênior (PVNS). Desse total, o número de bolsas para a área da Comunicação foi de: 379 de mestrado, 221 de doutorado e 10 de pós-doutorado, totalizando 610 bolsas, conforme indicadores do banco de dados estatísticos GeoCapes. Além da Capes, apoiam o sistema e a pesquisa, por meio de editais, bolsas e outros programas, órgãos federais, como Conselho Nacional de

Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), e também estaduais, por meio das Fundações de Amparo à Pesquisa. Reforça-se, portanto, que um dos pontos centrais de sustentação da pós-graduação é o financiamento governamental.

Outros aspectos que caracterizam o sistema e que são vistos como importantes para a qualidade da pós-graduação são: 1) a expansão ordenada, conduzida pelo poder central, tendo como guias os Planos Nacionais de Pós-Graduação[7]; 2) a articulação promovida entre o ensino e a pesquisa; 3) a criação de um sistema de orientação de teses e dissertações funcional; 4) as relações estabelecidas, a partir da pós-graduação, entre a vida acadêmica nacional e os âmbitos relevantes da produção científica internacional; 5) a experiência sistemática e continuada da avaliação com a participação da comunidade científica. Atribui-se a esse sistema de avaliação forte "eficiência indutiva" (MACCARI; LIMA; RICCIO, 2009, p. 75) para o crescimento qualificado da pós-graduação no Brasil.

Em síntese, é possível dizer que "ao longo das últimas três décadas o Brasil construiu um sistema de pós-graduação que constitui a parte mais exitosa do seu sistema de ensino, sendo considerado de forma unânime como o maior e melhor da América Latina" (MARTINS, 2002, p. 70).

2 A AVALIAÇÃO DA PÓS-GRADUAÇÃO NO BRASIL

A avaliação da pós-graduação no Brasil, que já existia embrionariamente desde 1976, consolidou-se na década seguinte. O princípio básico do sistema sempre foi a elaboração de critérios de avaliação por pares indicados pela comunidade científica. A avaliação começou sendo anual, passou depois a ser bienal e, hoje, é feita por triênio. Ela consiste em uma avaliação continuada, que faz acompanhamento anual de todos os programas de pós-graduação. A realização periódica permitiu, de acordo com Balbachevsky (2005, p. 276), "vincular o apoio oficial ao desempenho dos programas e terminou por estabelecer um padrão mínimo de qualidade acadêmica para os programas".

Em termos do detalhamento dos objetivos do Sistema de Avaliação, a Capes nota que ele visa a:

- estabelecer o padrão de qualidade exigido dos cursos de mestrado e de doutorado e identificar os cursos que atendem a tal padrão;
- fundamentar, nos termos da legislação em vigor, os pareceres do Conselho Nacional de Educação sobre autorização, reconhecimento e renovação de reconhecimento dos cursos de mestrado e doutorado brasileiros –

7. Até o momento, foram elaborados quatro planos: I PNPG (1975-1980); II PNPG (1982-1985); III PNPG (1986-1989); PNPG (2005-2010). Atualmente, o PNPG 2011-2020 encontra-se em processo de finalização.

exigência legal para que estes possam expedir diplomas com validade nacional reconhecida pelo Ministério da Educação (MEC);

- impulsionar a evolução de todo o Sistema Nacional de Pós-Graduação (SNPG) e de cada programa em particular, antepondo-lhes metas e desafios que expressam os avanços da ciência e da tecnologia na atualidade, bem como o aumento da competência nacional nesse campo;
- contribuir para o aprimoramento de cada programa de pós-graduação, assegurando-lhe o parecer criterioso de uma comissão de consultores sobre os pontos fracos e fortes de seu projeto e de seu desempenho e uma referência sobre o estágio de desenvolvimento em que se encontra;
- contribuir para o aumento da eficiência dos programas no atendimento das necessidades nacionais e regionais de formação de recursos humanos de alto nível;
- dotar o país de um eficiente banco de dados sobre a situação e a evolução da pós-graduação;
- oferecer subsídios para a definição da política de desenvolvimento da pós-graduação e para a fundamentação de decisões sobre as ações de fomento dos órgãos governamentais na pesquisa e pós-graduação.

Embora o foco principal da avaliação recaia sobre os produtos ou os resultados alcançados pelos PPGs, que possam ser processados e quantificados a partir de coletas de dados, é possível dizer que houve, com o tempo, aumento de abrangência e complexidade. São exemplos desse intento a realização das visitas *in loco*, das quais resultam pareceres que são encaminhados ao Comitê de Avaliação de Área do programa; a montagem de um sistema de avaliação de periódicos, o Qualis[8]; a adoção de quesitos qualitativos no instrumento que consolida o processo: as fichas de avaliação.

As fichas de avaliação são elaboradas pelo Conselho Técnico-Científico (CTC) da Capes e informam os diversos quesitos e itens que são abordados na avaliação, além de descrever os critérios que explicitam os aspectos da avaliação. A ficha da área da Comunicação possui cinco quesitos principais, que se desdobram em itens, com peso ou conceito que se refletem no total da nota a ser dada, conforme se segue: 1) Proposta do Programa (considera-se se é "adequada" ou "inadequada"); 2) Corpo Docente (20%); 3) Corpo Discente, Teses e Dissertações (30%); 4) Produção Intelectual (40%); 5) Inserção Social (10%).

Cada comitê de avaliação de área tem a possibilidade de alterar o peso dos

8. Utilizado pela primeira vez na avaliação de periódicos na trienal de 1998-2000, o Qualis, hoje, está dividido em oito estratos: A1, A2, B1, B2, B3, B4, B5 e C. Para os estratos superiores, de A1 a B2, o periódico deve ter fator de impacto JCR-ISI. A produção dos pesquisadores é avaliada conforme o estrato do periódico em que se obteve a publicação. Desse modo, o Qualis exerce grande impacto no conceito final de um PPG.

critérios, em certo percentual para mais ou para menos, e pode também modificar o peso dos itens, em cada critério, ou suprimi-los, se não se aplicarem à área ou determinado programa. A maior parte dos itens faz uso de dados quantitativos que são enviados pelos programas, em relatórios que subsidiam a avaliação. Tais dados são reelaborados e avaliados – um exemplo é a atribuição de pesos para a publicação em periódicos –, tendo como contexto a situação geral dos programas da área em foco, do que resulta a classificação e a atribuição de notas aos PPGs. Na última avaliação – do triênio 2007-2009 –, 46 áreas tiveram um comitê de avaliação próprio[9].

A seguir, apresentam-se os resultados da última avaliação dos programas em Comunicação.

TABELA 10
Conceitos atribuídos pela avaliação Capes do triênio 2007-2009 aos programas de Comunicação

Conceito	3		4		5		6		7	
Programas	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	15	31,2	20	41,7	12	25,0	1	2,1	–	–

Fonte: *Elaboração a partir das planilhas comparativas da Avaliação Trienal 2010 (www.capes.gov.br/component/content/article/44-avaliacao/4355-planilhas-comparativas-da-avaliacao-trienal-2010)*

O que se ressalta, com base nos dados apresentados, é que a avaliação dos programas de pós-graduação no Brasil possui um caráter abrangente e indutor das práticas científicas.

Ela não deixa de sofrer restrições e críticas, como por exemplo: a maior atenção aos produtos do que aos processos da pós-graduação (SEVERINO, 2003); a excessiva centralidade que a avaliação Capes tem adquirido no espaço da pós-graduação; os prejuízos na autonomia dos programas; a criação de uma "cultura do conformismo"; a supervalorização da produção acadêmica (SGUISSARDI, 2008); o viés fortemente acadêmico; as dificuldades para reconhecer as características e os desafios dos programas multidisciplinares (BALBACHVESKY, 2005); os riscos da adoção de um padrão único de qualidade para programas de pós-graduação que possuem diferentes orientações, contextos geográficos, materiais, institucionais, acadêmicos e pedagógicos (MACCARI; LIMA; RICCIO, 2009). Pede-se também, como faz um documento da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), "maior sensibilidade às especificidades de cada área, evitando-se excessiva dependência de mensurações quantitativas e o produtivismo dela decorrente" (COMPÓS, 2010, p. 5).

Todavia, mesmo os críticos reconhecem a importância que a avaliação tem

9. A lista dessas áreas pode ser vista no site da Capes, no seguinte endereço: www.capes.gov.br/component/content/article/44-avaliacao/4355-planilhas-comparativas-da-avaliacao-trienal-2010.

tido para a pós-graduação no Brasil, favorecendo sua qualidade ou mesmo excelência, bem como sua singularidade como política de longo prazo bem sucedida.

3 A OFERTA DA PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO NO BRASIL

Há, no Brasil, um total de *40 programas de pós-graduação* credenciados, sendo 40 de nível de mestrado e 15 de doutorado (Tabela 11).

TABELA 11
Oferta de programas de pós-graduação em Comunicação no Brasil em 2011

	Somente Mestrados	Natureza	Doutorados (e mestrados)	Natureza	**Total**	Natureza
Brasil	25	17 públicas 8 privadas	15	10 públicas 5 privadas	**40**	27 públicas 13 privadas

Do ponto de vista da natureza institucional dos programas de pós-graduação em Comunicação (PPGCOM), a maioria está em IES públicas (são 27 e 67,5% do total), assim divididos: 21 IES federais (52,5%), 5 de IES estaduais (12,5%) e um PPG em IES municipal (2,5%). Já os programas localizados em instituições privadas somam um total de 13 (32,5%), sendo que, nesse caso, as IES confessionais têm um número ligeiramente maior de programas do que nas IES privadas que não possuem essa característica, sendo 7 do primeiro tipo (17,5%) e 6 do segundo (15,0%).

TABELA 12
Evolução da oferta de programas de pós-graduação em Comunicação no Brasil

ANO	1972	1974	1978	1980	1981	1983	1987	1990	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2006	2007	2008	2009	2010	2011
M	2	3	5	4	3	2	3	4	6	6	6	8	8	6	7	6	7	6	12	17	19	21	23	25
M/D	-	-	-	1	2	3	3	3	3	5	5	5	6	8	8	9	10	12	13	13	13	15	15	15
Total	**2**	**3**	**5**	**5**	**5**	**5**	**6**	**7**	**9**	**11**	**11**	**13**	**14**	**14**	**15**	**15**	**17**	**18**	**25**	**30**	**33**	**36**	**38**	**40**

Sobre a evolução da oferta, os dados da Tabela 12 mostram que a trajetória da PG em Comunicação no Brasil se inicia nos anos 1970, quando houve a criação dos PPGCOM mais tradicionais – USP, UFRJ, UnB, PUCSP e Umesp –, que tiveram papel inaugural na formação dos docentes e pesquisadores da área, e, portanto, dos programas criados nos anos posteriores. Observa-se que durante as duas décadas iniciais houve crescimento, porém a aceleração na criação de programas é a característica mais marcada dos anos 2000. Nota-se, comparando os dados de 1999 a 2011, que o número de programas que oferecem somente curso de mestrado subiu de 6 para 25, e de mestrado/doutorado, de 8 para 15. Desse modo, no período em questão, foram criados nada menos

que 25 programas, o que corresponde, hoje, à maioria (62,5%) dos PPGCOM no Brasil.

O número elevado de programas criados há menos tempo contextualiza o processo de consolidação do sistema, o que se pode inferir da última avaliação Capes (Tabela 10). Ou seja, se apenas um programa atingiu o nível de qualidade internacional (sendo que 13 programas poderiam almejá-la) e uma minoria de 12 (25% do total de programas avaliados) obteve a nota 5, estando os demais 35 programas com conceito 4 (20 – 41,7%) e 3 (15 – 31,2%), parece claro que à expansão quantitativa devem-se somar esforços para a consolidação qualitativa dos programas de pós-graduação da área.

TABELA 13
Oferta de programas de pós-graduação em Comunicação no Brasil, por regiões

Período	Curso	Sudeste		Sul		Centro-Oeste		Nordeste		Norte		**Total**	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	**N**	**%**
1972-1990	M	2	28,5	-	-	1	14,3	1	14,3	-	-	**4**	**57,1**
	M/D	3	42,9	-	-	-	-	-	-	-	-	**3**	**42,9**
Total		**5**	**71,4**	**-**	**-**	**1**	**14,3**	**1**	**14,3**	**-**	**-**	**7**	**100,0**
Até 2000	M	3	20,0	2	13,3	1	6,7	1	6,7	-	-	**7**	**46,7**
	M/D	5	33,3	2	13,3	-	-	1	6,7	-	-	**8**	**53,3**
Total		**8**	**53,3**	**4**	**26,6**	**1**	**6,7**	**2**	**13,4**	**-**	**-**	**15**	**100,0**
Até 2011	M	12	30,0	4	10,0	3	7,5	4	10,0	2	5,0	**25**	**62,5**
	M/D	8	20,0	4	10,0	1	2,5	2	5,0	-	-	**15**	**37,5**
Total		**20**	**50,0**	**8**	**20,0**	**4**	**10,0**	**6**	**15,0**	**2**	**5,0**	**40**	**100,0**

Do ponto de vista da expansão quantitativa, a Tabela 13, mostrando a localização dos PPGCOM pelas regiões do Brasil, apresenta uma situação de maior diversificação geográfica da oferta, nos dias de hoje. Pode-se perceber que, embora a região Sudeste, onde se encontram os Estados de São Paulo e Rio de Janeiro, ainda possua a maioria dos programas, na década de 1990 houve avanços na região Sul e, mais recentemente, nas regiões Nordeste, Centro-Oeste e, finalmente, na região Norte. Entretanto, as assimetrias regionais persistem, tornando necessárias políticas para aumentar a dispersão geográfica dos programas. O documento com recomendações ao novo PNPG, elaborado pela Compós (2010), faz algumas recomendações nesse sentido: criação de bolsas de estudo específicas para os docentes das IES das

regiões em que exista desequilíbrio em relação à presença da pós-graduação; manutenção e ampliação dos programas de fixação de doutores nas IES mencionadas e estímulo à formação de parcerias e consórcios entre programas de regiões distintas, de modo a favorecer a desconcentração do sistema nacional de pós-graduação e a garantir maior intercâmbio entre os programas de pós-graduação do país.

TABELA 14
Evolução da titulação de mestres e doutores em Comunicação no Brasil: 1996-2009

			Triênio 1998/2000			Triênio 2001/2003			Triênio 2004/2006			Triênio 2007/2009			**Total**
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
Mestres	146	144	185	282	350	411	491	496	360	443	366	389	422	506	**4.991**
Doutores	54	55	59	87	100	105	178	172	175	166	145	165	136	122	**1.719**
Total	200	199	244	369	450	516	669	668	535	609	511	554	558	628	**6.710**
Mestres/ Triênio				817			1.398			1.169			1.317		**4.701**
Doutores/ Triênio				246			455			486			423		**1.610**
Total/ Triênio				**1.063**			**1.853**			**1.655**			**1.740**		**6.311**

Fonte: *Freire (2010).*

Observando-se os números de titulados de 1998 a 2009, o que mais chama a atenção, afora a grandeza dos números totais de 4.701 mestres e 1.610 doutores, é o aumento com respeito à formação de doutores. O relatório de avaliação da pós-graduação da área (FREIRE, 2010) nota, porém, que o crescimento no número de docentes permanentes, na comparação entre os dois últimos triênios analisados, não se refletiu em aumento de doutores formados, o que provavelmente se relaciona com o ingresso de docentes permanentes em programas que possuem apenas o curso de mestrado. A conclusão, contudo, é otimista:

> Isso provavelmente significa que aquilo que observamos no triênio anterior continua atual: neste momento o Brasil tem doutores em Comunicação em número suficiente para promover, num tempo relativamente curto, uma expansão ainda maior da pesquisa e da pós-graduação da área. Significa, também, que a área tem ampliado sua geração de doutores para o ensino de Graduação – o que prefigura um aporte qualitativo para essa formação (FREIRE, 2010, p. 44).

Segue quadro com dados básicos sobre os programas de pós-graduação brasileiros em Comunicação.

QUADRO 1

Programas de Pós-Graduação em Comunicação no Brasil, credenciados pela Capes

Instituição	Natureza	Cidade	Programa	www	Criação	Conceito avaliação Capes
Universidade de São Paulo (**USP**)	Pública	São Paulo	Mestrado em Ciências da Comunicação	www3.eca.usp.br/pos/area?codcur=27002	1972	5
			Doutorado em Ciências da Comunicação	www3.eca.usp.br/pos/area?codcur=27002	1980	5
Universidade Federal do Rio de Janeiro (**UFRJ**)	Pública	Rio de Janeiro	Mestrado em Comunicação e Cultura	www.pos.eco.ufrj.br/	1972	6
			Doutorado em Comunicação e Cultura	www.pos.eco.ufrj.br/	1983	6
Universidade de Brasília (**UNB**)	Pública	Brasília	Mestrado em Comunicação	poscom.unb.br/	1974	4
			Doutorado em Comunicação	poscom.unb.br/	2003	4
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (**PUCSP**)	Privada (Confessional)	São Paulo	Mestrado em Comunicação e Semiótica	www.pucsp.br/pos/cos	1978	5
			Doutorado em Comunicação e Semiótica	www.pucsp.br/pos/cos	1981	5
Universidade Metodista (**UMESP**)	Privada (Confessional)	São Bernardo do Campo	Mestrado em Comunicação Social	www.metodista.br/poscom/	1978	4
			Doutorado em Comunicação Social	www.metodista.br/poscom/	1995	4
Universidade Estadual de Campinas (**UNICAMP**)	Pública	Campinas	Mestrado em Multimeios	www.iar.unicamp.br/posgraduacao/multimeios.php	1987	4
			Doutorado em Multimeios	www.iar.unicamp.br/posgraduacao/multimeios.php	1998	4
Universidade Federal da Bahia (**UFBA**)	Pública	Salvador	Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea	www.poscom.ufba.br/	1990	5
			Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea	www.poscom.ufba.br/	1995	5
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (**PUCRS**)	Privada (Confessional)	Porto Alegre	Mestrado em Comunicação Social	www3.pucrs.br/portal/page/portal/famecosppg/ppgcom	1994	5
			Doutorado em Comunicação Social	www3.pucrs.br/portal/page/portal/famecosppg/ppgcom	1999	5

(Continua)

(Continuação)

Instituição	Natureza	Cidade	Programa	www	Criação	Conceito avaliação Capes
Universidade do Vale do Rio dos Sinos (**UNISINOS**)	Privada (Confessional)	São Leopoldo	Mestrado em Ciências da Comunicação	www.unisinos.br/ppg/comunicacao/	1994	5
			Doutorado em Ciências da Comunicação	www.unisinos.br/ppg/comunicacao/	1999	5
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (**UFRGS**)	Pública	Porto Alegre	Mestrado em Comunicação e Informação	www.ppgcom.ufrgs.br/novosite/	1995	5
			Doutorado em Comunicação e Informação	www.ppgcom.ufrgs.br/novosite/	2001	5
Universidade Federal de Minas Gerais (**UFMG**)	Pública	Belo Horizonte	Mestrado em Comunicação Social	www.fafich.ufmg.br/dcs/strictusensu/programa	1995	5
			Doutorado em Comunicação Social	www.fafich.ufmg.br/dcs/strictusensu/programa	2003	5
Universidade Federal Fluminense (**UFF**)	Pública	Niterói	Mestrado em Comunicação	www.uff.br/ppgcom/	1997	5
			Doutorado em Comunicação	www.uff.br/ppgcom/	2002	5
Universidade Tuiuti do Paraná (**UTP**)	Privada	Curitiba	Mestrado em Comunicação e Linguagens	www.utp.br/mdcl/	2000	4
			Doutorado em Comunicação e Linguagens	www.utp.br/mdcl/	2009	--
Universidade Federal de Pernambuco (**UFPE**)	Pública	Recife	Mestrado em Comunicação	www.ufpe.br/ppgcom	1998	4
			Doutorado em Comunicação	www.ufpe.br/ppgcom	2006	4
Universidade Paulista (**UNIP**)	Privada	São Paulo	Mestrado em Comunicação	www.unip.br/ensino/pos_graduacao/strictosensu/ss_comunicacao.aspx	1997	4
Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (**UNESP**)	Pública	Bauru	Mestrado em Comunicação	www.faac.unesp.br/posgraduacao/comunicacao/	2002	4
Universidade do Estado do Rio de Janeiro (**UERJ**)	Pública	Rio de Janeiro	Mestrado em Comunicação	www.ppgcom.uerj.br/	2002	4

(Continua)

(Continuação)

Instituição	Natureza	Cidade	Programa	www	Criação	Conceito avaliação Capes
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (**PUCRJ**)	Privada (Confessional)	Rio de Janeiro	Mestrado em Comunicação Social	www.puc-rio.br/ensinopesq/ccpg/progcom.html	2003	4
Faculdade Cásper Líbero (**FCL**)	Privada	São Paulo	Mestrado em Comunicação	www.casperlibero.edu.br/canais/index.php/mestrado,c=41	2006	3
Escola Superior de Propaganda e Marketing (**ESPM**)	Privada	São Paulo	Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo	ppgcom.espm.br/	2006	4
Universidade Federal de Santa Maria (**UFSM**)	Pública	Santa Maria	Mestrado em Comunicação	w3.ufsm.br/poscom/poscom/index.php	2006	4
Universidade de Sorocaba (**UNISO**)	Privada (Comunitária)	Sorocaba	Mestrado em Comunicação e Cultura	comunicacaoecultura.uniso.br/	2006	3
Universidade Federal de São Carlos (**UFSCAR**)	Pública	São Carlos	Mestrado em Imagem e Som	www.ppgis.ufscar.br/	2006	3
Universidade Federal de Juiz de Fora (**UFJF**)	Pública	Juiz de Fora	Mestrado em Comunicação	www.ufjf.br/ppgcom/	2006	3
Universidade Anhembi Morumbi (**UAM**)	Privada	São Paulo	Mestrado em Comunicação	www2.anhembi.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=67446&sid=4243	2006	3
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (**PUCMG**)	Privada	Belo Horizonte	Mestrado em Comunicação Social	www.fca.pucminas.br/mestrado/index.php	2007	4
Universidade Estadual de Londrina (**UEL**)	Pública	Londrina	Mestrado em Comunicação	www.uel.br/pos/mestradocomunicacao/	2007	3
Universidade Federal de Goiás (**UFG**)	Pública	Goiânia	Mestrado em Comunicação	www.facomb.ufg.br/mestrado/	2007	3
Universidade Federal da Paraíba (**UFPB**)	Pública	João Pessoa	Mestrado em Comunicação	www.cchla.ufpb.br/ppgc/index.php	2007	3

(Continua)

(Continuação)

Instituição	Natureza	Cidade	Programa	www	Criação	Conceito avaliação Capes
Universidade Federal de Santa Catarina (**UFSC**)	Pública	Florianópolis	Mestrado em Jornalismo	www.posjor.ufsc.br	2007	4
Universidade Católica de Brasília (**UCB**)	Privada (Confessional)	Brasília	Mestrado em Comunicação	www.ucb.br/Cursos/118Comunicacao/	2008	3
Universidade Federal do Amazonas (**UFAM**)	Pública	Manaus	Mestrado em Ciências da Comunicação	www.ppgccom.ufam.edu.br/index.html	2008	3
Universidade Federal do Ceará (**UFC**)	Pública	Fortaleza	Mestrado em Comunicação	www.poscom.ufc.br/	2008	3
Universidade de São Paulo (**USP-PPGMPA**)	Pública	São Paulo	Mestrado em Meios e Processos Audiovisuais	www.pos.eca.usp.br/index.php?q=pt-br/meios_processos_audiovisuais	2009	–
			Doutorado em Meios e Processos Audiovisuais	www.pos.eca.usp.br/index.php?q=pt-br/meios_processos_audiovisuais	2009	–
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (**UFRN**)	Pública	Natal	Mestrado em Estudo da Mídia	www.cchla.ufrn.br/ppgem	2009	3
Universidade Municipal de São Caetano do Sul (**USCS**)	Pública	São Caetano do Sul	Mestrado em Comunicação	www.uscs.edu.br/posstricto/comunicacao/	2009	3
Universidade Federal do Paraná (**UFPR**)	Pública	Curitiba	Mestrado em Comunicação	www.comunicacao.ufpr.br/pos/mestrado/index.html	2010	–
Universidade Federal do Pará (**UFPA**)	Pública	Belém do Pará	Mestrado em Ciências da Comunicação	www.propesp.ufpa.br/editais_e_noticias/EDITAL_DE_SELECAO_COMUNICACAO_UFPA_2010.pdf	2010	–

(Continua)

(Continuação)

Instituição	Natureza	Cidade	Programa	www	Criação	Conceito avaliação Capes
Universidade Federal do Piauí (**UFPI**)	Pública	Teresina	Mestrado em Comunicação	www.ufpi.br/ppgcom/	2011	–
Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (**UFMS**)	Pública	Campo Grande	Mestrado em Comunicação	jornalismo.ufms.br/index.php?option=com_content&view=article&id=193&Itemid=235	2011	–

REFERÊNCIAS

BALBACHEVSKY, Elizabeth. A pós-graduação no Brasil: novos desafios para uma política bem sucedida. In: BROCK, Colin; SCHWARTZMAN, Simon (eds.). *Os desafios da educação no Brasil*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2005. p. 275-304. Disponível em: <http://www.schwartzman.org.br/simon/desafios/9posgrado.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2011.

CARVALHO, Márcia Marques de. Projeção da matrícula no ensino superior no Brasil, por dependência administrativa: um exercício preliminar. *Documento de Trabalho nº 26*, Série Educação em Números, Observatório Universitário, 2004. Disponível em <http://www.observatoriouniversitario.org.br/pdf_documentos_de_trabalho/documentos_de_trabalho_26.pdf >. Acesso em: 20 jun. 2011.

CGEE – Centro de Gestão e Estudos Estratégicos. *Doutores 2010*: estudos da demografia da base técnico-científica brasileira. Brasília: Centro de Gestão e Estudos Estratégicos, 2010. Disponível em: <http://www.cgee.org.br/atividades/redirect.ph?idProduto=6401>. Acesso em: 20 jun. 2011.

COMPÓS – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. *Recomendações da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação/COMPÓS para o PNPG 2011/2020*. Brasília, 2010. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1561.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2011.

FREIRE, Marcius (coord.). *Relatório de Avaliação 2007-2009*. Trienal 2010. Área de Ciências Sociais Aplicadas I. Brasília: Capes, 2010. Disponível em: <http://trienal.capes.gov.br/wp-content/uploads/2011/02/RELAT%C3%93RIO-DE-AVALIA%C3%87%C3%83O-2010-CSA-I.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2011.

FUENTES NAVARRO, Raúl; BUSTAMANTE FARÍAS, Óscar. Posgrados en Comunicación en México, Centroamérica y el Caribe. In: FÓRUM IBERO-AMERICANO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 1., 2011, São Paulo. *Anais*... São Paulo: Confibercom, 2011.

GUIMARÃES, Jorge A. *Sobre o "Plano Nacional de Pós-Graduação 2011 – 2020"*. Apresentação na Reunião Annual Magna da Academia Brasileira de Ciências, 2011. Disponível em: <http://www.abc.org.br/IMG/pdf/doc-558.pdf>. Acesso em: 20/ jun. 2011.

INEP – Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. *Resumo técnico*: censo da educação superior de 2009. Brasília: Inep, 2010. Disponível em: <http://download.inep.gov.br/download/superior/censo/2009/resumo_tecnico2009.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2011.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (coord.) *Avaliação dos egressos dos programas de pós-graduação em comunicação no Brasil*. Relatório de pesquisa CNPq/NUPEM/COMPÓS. São Paulo: NUPEM, 2001. Disponível em <http://www.eca.usp.br/cecom/media/vol_1_relatorio.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2011.

MACCARI, Emerson Antonio; LIMA, Manolita Correia; RICCIO, Edson Luiz. Uso do Sistema de Avaliação da CAPES por Programas de Pós-Graduação em Administração no Brasil. *Revista de Ciências da Administração*, v. 11, n. 25, p. 68-96, set./dez 2009. Disponível em: <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/viewFile/13077/17519>. Acesso em: 20 jun. 2011.

MARTINS, Carlos Benedito. A formação do sistema nacional de pós-graduação. In: SOARES, Maria Susana Arrosa (coord.). *A educação superior no Brasil*. Porto Alegre: Instituto Internacional para a Educação Superior na América Latina e no Caribe – IESALC-Unesco, 2002. p. 97-99. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001393/139317por.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2011.

SGUISSARDI, Valdemar. Pós-graduação (em Educação) no Brasil: conformismo, neoprofissionalismo, heteronomia e competitividade. In: MANCEBO, Deise; SILVA JÚNIOR, João dos Reis; OLIVEIRA, João Ferreira de (orgs.). *Reformas e políticas*: educação superior e pós-graduação no Brasil. Campinas: Alínea, 2008. p. 137-164.

SEVERINO, Antonio Joaquim. A política de pós-graduação no Brasil: avaliando a avaliação. In: REUNIÃO ANUAL DA ANPED, 26., 2003, Poços de Caldas. *Anais*... Poços de Caldas: ANPed, 2003. Disponível em: <http://www.anped.org.br/reunioes/26/outrostextos/seantoniojoaquimseverino.doc>. Acesso em: 20 jun. 2011.

Seção 3

ESPAÇO LATINO-AMERICANO

CAPÍTULO 3.1

TENDÊNCIAS GERAIS

César Bolaño[1]

1 INTRODUÇÃO

O VI Seminário Internacional Latino-Americano de Pesquisa da Comunicação, realizado em São Paulo, nos últimos dias de julho de 2011, é bem representativo no debate suscitado no interior da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic), a grande entidade regional que congrega pesquisadores individuais e associações nacionais de pesquisadores da área na América Latina, além de alguns centros e de laboratórios também associados. É verdade que a pesquisa na área não se restringe a ela, mas pouca dúvida deve existir sobre o fato de que se trata da associação mais representativa no âmbito do pensamento comunicacional latino-americano.

No V Seminário, realizado em Caracas, Venezuela, em 2009, foi empossada a nova diretoria, que se propunha a realizar uma reorganização interna, visando justamente a potencializar a inserção da América Latina no debate internacional das chamadas Ciências da Comunicação. Fundada em 1978, também em Caracas, a entidade já passara por uma reconstrução radical, a partir do final dos anos 1980, sob o comando de José Marques de Melo, culminando com a realização de seu primeiro congresso, em 1992, na cidade paulista de Embu-Guaçu.

A partir de então, de uma organização de pequena dimensão, constituída por um grupo de intelectuais críticos preocupados em atuar nos fóruns internacionais da área, especialmente na International Association for Media and Communication Resaerch (IAMCR), a maior associação mundial da área, a Alaic se transformará, ao longo dos anos 1990 e 2000, em modelo de associação científica, que congrega um número importante de sócios individuais e institucionais, organiza congressos, seminários, publica revista acadêmica de referência na área, além de livros e outras iniciativas do gênero. Seus grupos de trabalho (GTs) são espaços de organização de diferentes subcampos da Comunicação ativos na América Latina.

1. Professor da Universidade Federal de Sergipe (UFS), formado em Jornalismo pela Universidade de São Paulo (USP) e doutor em Economia pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). É, atualmente, presidente da Alaic. Entre seus trabalhos mais conhecidos, figuram *Mercado brasileiro de televisão* (São Paulo, EDUC, 2004; primeira edição de 1988) e *Indústria cultural, informação e Capitalismo* (São Paulo, HUCITEC, 2000).

Foi o período de expansão dos cursos de graduação e de pós-graduação em Comunicação no subcontinente, especialmente no Brasil, onde a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), mais antiga, se apresenta como exemplo para a organização das diferentes associações nacionais de pesquisadores e da própria Alaic. A expansão horizontal do campo da Comunicação ocorria em paralelo a mudanças importantes, de ordem epistemológica, reduzindo-se o espaço de ação do pensamento crítico, em favor de teorias e práticas de pesquisa mais próximas do *mainstream* norte-americano. Uma situação que tenderá ao anacronismo, nas condições sociais e políticas características do início do século XX.

O projeto da nova direção da Alaic, empossada em 2009, era, mantendo todos os avanços em termos de organização acadêmica do campo, modernizar estruturas, retomar o debate epistemológico, impulsionando o pensamento crítico latino-americano, e buscar um novo posicionamento no plano das relações internacionais no campo acadêmico da Comunicação. O sucesso do X Congresso da entidade, realizado em Bogotá, Colômbia, em 2010, indicava já a correção do caminho trilhado. Tratava-se de um congresso de transição, pois foi o último em que funcionaram os antigos grupos de trabalho da entidade, os quais passaram por um longo processo de reestruturação, finalizado justamente na assembleia da Alaic, realizada São Paulo, ao final do VI Seminário.

O objetivo da reforma era fortalecer os subcampos da Comunicação que cada um dos grupos representa, reorganizando internamente o campo, em seu conjunto, para o enfrentamento do debate internacional e para apoiar o trabalho dos jovens pesquisadores, estimulando-os a retomar o estudo do grande pensamento social e comunicacional latino-americano. Certamente, o processo não termina com a nova estrutura do sistema de GTs, mas os instrumentos estão dados, inclusive as ferramentas informáticas que estão sendo implantadas, visando a facilitar o trabalho cooperativo em rede, entre outros avanços que não cabe discutir aqui.

2 DIÁLOGO INTERNACIONAL

No que se refere ao diálogo internacional, que é o que nos interessa mais de perto, iniciativas também foram tomadas entre 2009 e 2011; entre elas, algumas tentativas de diversificação do diálogo global, para além da nossa histórica participação na IAMCR. Assim, por exemplo, no interior do encontro de 2011, da própria IAMCR, em Istambul, foi organizada uma mesa conjunta com a associação europeia de pesquisadores – a European Communication Research and Education Association (ECCREA) –, que se pretende repetir no congresso de 2012 da Alaic. Também há planos de publicações conjuntas e, a médio prazo, projeta-se ampliar

esse tipo de cooperação inter-regional, para entidades como a Nordic Information Centre for Media and Communication Research (Nordicom) – países escandinavos – ou a Asian Media Information and Communication Centre (AMIC). Também estão sendo estabelecidos contatos com a International Communication Association (ICA) e com a International Federation of Communictaion Associations (IFCA), ambas de natureza global, e com entidades temáticas, como a União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (Ulepicc).

Por outro lado, estabeleceu-se uma fundamental aproximação com a Asociación Latinoamericana de Sociología (Alas), visando a reforçar o diálogo interdisciplinar no interior do pensamento social e comunicacional latino-americano. Uma primeira mesa foi organizada, em comum, no congresso da Alas, em Recife (2011), e outras duas estão previstas para o próximo congresso da Alaic (Montevidéu, 2012) e para o seminário de Buenos Aires (2012) da International Sociological Association (ISA), com vistas a uma ação comum de um grupo de pesquisadores, da Comunicação e das Ciências Sociais da América Latina, no congresso da ISA de 2014, em Yokohama, Japão.

Além disso, está em discussão a publicação de um número especial das revistas da Alas e da Alaic sobre o pensamento social e comunicacional latino-americano. No caso da Alaic, isso será feito por meio de um instrumento especialmente criado para o diálogo internacional: a segunda revista acadêmica da entidade, o *Journal of Latin American Communication Research* (*JLACR*), cujo primeiro número foi lançado também durante o VI Seminário. Para tal, contamos com o apoio fundamental da Unesco. O projeto aprovado por essa entidade, em 2009, previa, além da publicação, a organização de uma série de pequenos seminários sobre "Liberdade de expressão e direito à comunicação na América Latina" – realizados em Brasília, México, Buenos Aires, Porto Rico e La Paz, ao longo de 2010 –, culminando com um seminário no Brasil, no qual ocorreu o lançamento do *JLACR*.

A opção por realizar o lançamento em São Paulo, não num pequeno seminário específico, mas no bojo do VI Seminário, foi tomada em função do fato de que o conjunto da comunidade acadêmica ibero-americana da Comunicação ali se reuniria, ao princípio de agosto de 2011, para o I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (Confibercom). Assim, aos recursos da Unesco foram somados outros, solicitados a parceiros locais (USP, Fapesp, Itaú Cultural), que viabilizaram o máximo aproveitamento das sinergias e a máxima visibilidade internacional do seminário, da revista e, enfim, do projeto de internacionalização da Alaic. Ao longo do seminário Alaic e do congresso Confibercom, por exemplo, foram reafirmadas propostas de colaboração com instituições paradigmáticas do campo latino-americano, como o Centro Internacional de Estudios Superiores de

Comunicación para América Latina (Ciespal) ou a Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs), com a qual se firmará, em breve, um protocolo de cooperação.

Vale enfatizar que este diálogo, interno ao campo latino-americano, que se amplia ao espaço ibero-americano, é absolutamente crucial para fortalecer a nossa posição no campo global ou inter-regional de que se falou acima. E, nesse sentido, além da nova estrutura dos GTs, dos quais se espera uma inserção avançada nos debates internacionais, ou da articulação com instituições paradigmáticas, como as citadas no parágrafo anterior, há dois outros movimentos fundamentais que estão sendo realizados. Por um lado, o fortalecimento das associações nacionais de pesquisadores da América Latina. Até muito recentemente, elas eram três, afiliadas à Alaic: a Intercom, do Brasil; a Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (Amic), do México; e a Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación (Aboic), da Bolívia. Ainda durante a gestão anterior da entidade, foi fundada a Investigadores Venezolanos de la Comunicación (InveCom), da Venezuela, que acabou tendo um papel de relevo na criação do *JLACR*. Mais recentemente, foi criada a Sociedad Ecuatoriana de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación (Seeicom), no Equador, e a Asociación Chilena de Investigadores en Comunicación (Acic), no Chile, já se encontra em fase de legalização. Além disso, estamos em processo de incorporação da Asociación Cubana de Comunicadores Sociales (ACCS) ao nosso quadro de associados. Para cada uma dessas entidades, estão sendo propostas ações pontuais de cooperação.

Por outro lado, também está em fase de estruturação o modelo de representações regionais, imposto pelos novos estatutos da entidade, aprovados no congresso de 2008 (México). A partir de 2009, quatro dessas regionais foram constituídas: Cone Sul, Região Andina, Bacia Amazônia e Centro-Norte América e Caribe. Em médio prazo, essa quarta regional deverá desmembrar-se, a depender dos resultados da política de expansão da Alaic na região. O primeiro seminário regional da entidade será realizado em outubro de 2011, em Belém do Pará, coordenado pela representante regional, profa. Dra. Maria Ataíde Malcher, com o apoio do representante da regional Cone Sul, prof. Dr. Valério Brittos.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O VI Seminário, para o qual confluíram as diferentes linhas de ação citadas, com a conclusão da reforma dos GTs, o lançamento do *JLACR*, a participação no Confibercom e o reforço dos contatos internacionais, internos e externos à América Latina, reflete também algumas das linhas de força da reflexão acadêmica da região, selecionadas pelos organizadores, segundo o princípio de que a construção institucional não tem sentido senão para o avanço do

debate teórico-epistemológico e para a reflexão sobre as práticas de pesquisa. No interior do projeto de expansão da Alaic, que passa, como apontado, pelo debate interdisciplinar, entre os diferentes grupos, os seminários bianuais estão sendo encarados como espaço privilegiado do debate epistemológico interno, enquanto as representações regionais – em aliança, se possível, com as associações nacionais respectivas – se incumbiriam de estabelecer esse mesmo diálogo no seu nível específico de atuação, sem alteração na estrutura dos congressos bianuais, cuja atividade principal são as reuniões dos GTs da entidade, em que a produção intelectual se socializa no interior dos subcampos.

O presente volume inclui um texto específico, produzido por Fernando Oliveira Paulino, diretor administrativo da Alaic, que apresenta o quadro dos atuais GTs da entidade, os quais se reunirão pela primeira vez no congresso de 2012. Vale dizer que se trata, na verdade, de um recomeço, pois todos têm uma história atrás de si, cuja construção prossegue agora, em outro patamar.

No caso do VI Seminário, quatro temas foram privilegiados. A abordagem teórica e epistemológica esteve centrada principalmente na problemática da interdisciplinaridade e do pensamento latino-americano. Por outro lado, foram apresentados panoramas da pesquisa latino-americana. Em nenhum dos dois casos se pretendia uma discussão exaustiva, mas acima de tudo apontar para a necessidade de um aprofundamento desses temas nos próximos eventos da entidade, a começar pelo congresso de 2012, cujo tema central é "A pesquisa em comunicação na América Latina: interdisciplinaridade, pensamento crítico e compromisso social".

Além disso, foi organizada uma mesa especial sobre liberdade de expressão, vinculada ao projeto Alaic-Unesco, já citado, que coincidiu com o lançamento do *JLACR*. Esse é um tema de interesse que, no entanto, não tem sido abordado com muita frequência no campo latino-americano. A continuidade do referido projeto visa justamente a ampliar esse debate tão importante no subcontinente. Ao contrário, o tema das políticas de comunicação e cultura tem atraído, historicamente, muito interesse entre os pesquisadores latino-americanos da Comunicação, o que justifica a sua inclusão entre os temas centrais do evento.

A tendência geral que se pode extrair do atual debate no interior do campo latino-americano da comunicação, considerando o evento como reflexo de uma série de movimentos, como os apontados aqui, é a da busca de uma reflexão teórica e epistemológica realista, que recupera o melhor das raízes do pensamento crítico da região, com capacidade de influenciar o debate internacional, visando a compreender problemas tão fundamentais, com os quais se defrontam nossos povos, como aqueles vinculados às questões empíricas relacionadas aos temas citados no parágrafo anterior.

CAPÍTULO 3.2

DEBATES SETORIAIS

Fernando Oliveira Paulino[1]

1 SEMINÁRIOS DA ALAIC COMO ESPAÇOS DE DEBATE

Como resultado da cooperação entre a Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic), a Organização das Nações Unidas para a Ciência, a Educação e a Cultura (Unesco) – por meio do Programa Internacional para o Desenvolvimento da Comunicação (PIDC) –, a Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Confibercom) e o Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), foi realizado, em São Paulo, entre 29 e 30 de julho de 2011, o VI Seminário Internacional Latino-Americano de Pesquisa da Comunicação.

O evento contou com a presença de aproximadamente 150 professores, pesquisadores e estudantes de graduação e de pós-graduação. As atividades também receberam o essencial apoio da Universidade Estadual Paulista (Unesp), do Itaú Cultural, da seção brasileira da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (Ulepicc-BR) e da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp).

Duas novidades ressaltam a relevância do VI Seminário: a) a apresentação do primeiro número do *Journal of Latin American Communication Research*[2], periódico que almeja ser complementar à *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*[3], levando as reflexões acadêmicas latino-americanas aos leitores de língua inglesa e que foi viabilizado como resultado da parceria estabelecida entre a diretoria

1. Professor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), onde atua como pesquisador do Laboratório de Políticas de Comunicação (LaPCom, www.lapcom.unb.br) e como coordenador do Programa "Comunicação Comunitária" (www.unb.br/fac/comcom). Jornalista, mestre e doutor em Comunicação pela UnB. Um dos fundadores do projeto de pesquisa e extensão "SOS-Imprensa" (www.unb.br/fac/sos). Diretor da Alaic, gestor do termo de cooperação entre a UnB e a Empresa Brasil de Comunicação, coordenador do Fórum de Direito de Acesso a Informações Públicas (www.informacaopublica.org.br) e membro do conselho diretor do Instituto de Estudos Socioeconômicos (Inesc, www.inesc.org.br). e-mail: paulino@unb.br.

2. Disponível em: www.alaic.net/journal.

3. Publicação consolidada e referencial que tem dado visibilidade a estudos de pesquisadores de dentro e de fora da América Latina. A revista foi criada em 2004, com o propósito de ser um veículo capaz de expor a riqueza existente na produção científica na área da Comunicação, em nível latino-americano e internacional, pretendendo entender o contexto onde se insere o campo comunicacional. A publicação está disponível em: www.alaic.net/revistaalaic.

da Alaic e a Unesco; b) a inserção do evento nas atividades do I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (Confibercom), constituindo-se em importante momento de reflexão sobre a pesquisa, o ensino e as práticas comunicacionais da América Latina, em 2011. Tal situação também possibilitou que pesquisadores portugueses e espanhóis participassem do VI Seminário da Alaic, fortalecendo os laços científicos já existentes e estimulando parcerias acadêmicas futuras.

O VI Seminário Internacional Latino-Americano de Pesquisa da Comunicação também inovou por ser transmitido e ter uma exposição pela internet, contando com a audiência online de cerca de 200 seguidores – alguns deles não só acompanharam as discussões, como também enviaram questões, que foram respondidas ao vivo. O evento teve a participação de prestigiosos pesquisadores da Comunicação do Brasil e da América Latina, na discussão de variadas temáticas, tais como pensamento social e comunicacional, pesquisa em comunicação, políticas de comunicação e cultura na América Latina e pluralismo e liberdade de expressão nessa região.

O evento em São Paulo foi resultado do planejamento da Alaic. A associação, como entidade científica que congrega os estudiosos latino-americanos da Comunicação, organiza, a cada dois anos, em parceria com universidades, um congresso e um seminário internacional. A realização desses eventos científicos tem permitido fomentar o desenvolvimento do campo, a articulação dos pesquisadores dos mais diferentes países e, sobretudo, os debates sobre temas contemporâneos da Comunicação.

O objetivo para a promoção dos Seminários Internacionais tem sido o de propiciar mais um espaço para que pesquisadores de diversas regiões da América Latina possam debater o pensamento comunicacional latino-americano, apresentando suas pesquisas e reflexões, ampliando o intercâmbio entre as diversas correntes científicas. Enquanto os congressos ocorrem em anos pares, os seminários realizados pela Alaic acontecem nos intervalos dos primeiros, ou seja, nos anos ímpares.

2 HISTÓRICO DOS SEMINÁRIOS DA ALAIC

Não menos importantes que os congressos, os seminários estreitam e mantêm os laços de pesquisa, acompanhando as ações realizadas no âmbito da entidade, de seus dirigentes e de seus sócios, de forma a possibilitar o fortalecimento e a discussão de temas de interesse. Antes da atividade realizada em agosto de 2011, em São Paulo, haviam sido promovidos cinco seminários em diversas localidades da América Latina.

Cochabamba (Bolívia) sediou o I Seminario Internacional Latinoamericano de Investigación de la Comunicación, entre os dias 4 e 6 de novembro de 1999. Esse evento inaugurou uma nova estratégia da Alaic, que passou a promover um

encontro intermediário com o objetivo de estimular e mobilizar uma determinada comunidade nacional de pesquisadores. O temário do I Seminário privilegiou o debate em torno do desenvolvimento de uma agenda para os investigadores latino-americanos na década seguinte. O evento foi realizado como resultado de uma parceria entre a Universidad Andina Simón Bolivar, a Universidad Católica Boliviana e o Centro Interdisciplinar Boliviano de Estudios de la Comunicación (Cibec).

O II Seminario Internacional Latinoamericano de Investigación de la Comunicación ocorreu na cidade de La Plata, Argentina, entre 29 e 31 de agosto de 2001. Teve como tema central "Comunicação e Política na Cultura Midiática". Os trabalhos desse encontro foram publicados na revista *Ofícios Terrestres*[4], da Facultad de Periodismo y Comunicación Social da Universidad Nacional de La Plata. Simultaneamente, também foram realizadas as VIII Jornadas da Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación (AIJIC) e o III Congreso da Red de Carreras de Periodismo y Comunicación Social de la República Argentina (RedCom).

Já o III Seminário Internacional Latino-Americano de Pesquisa da Comunicação foi realizado entre os dias 12 e 14 de maio de 2005, em São Paulo, Brasil, sob a responsabilidade do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da USP. Discutindo o tema "Democratizar la comunicación: ¿una tarea pendiente? – 25 años del NOMIC – Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación e Informe Mac Bride", estiveram presentes cerca de 300 participantes que, durante o período, trataram sobre meios de comunicação e políticas de comunicação na América Latina.

A Universidad Andina Simón Bolívar (UASB) recebeu o IV Seminario Internacional Latinoamericano de Investigación de la Comunicación, entre 8 e 10 de novembro de 2007, em La Paz, Bolívia. O evento teve três painéis, quatro mesas de trabalho e 15 conferências especiais, contando com a presença de vários especialistas latino-americanos. Tratando de algumas áreas prioritárias de pesquisa – tais como: teorias e metodologias; estudos culturais, economia política da informação e da comunicação; comunicação e cultura; novas tecnologias; comunicação institucional; comunicação e educação –, o seminário buscou possibilitar um diálogo plural e fecundo em espaços emergentes.

O V Seminario Internacional Latinoamericano de Investigación de la Comunicación teve lugar na Universidad Católica Andrés Bello, em Caracas, Venezuela, entre 8 e 10 de junho de 2009. Seu tema central foi "Industrias de contenidos e integración digital en América Latina". O evento contou com o apoio do Centro de Investigación de la Comunicación e da Escuela de Comunicación Social, ligados à instituição que sediou o evento.

4. Disponível em: www.perio.unlp.edu.ar/oficios/documentos/pdfs/Oficios_11_12.pdf.

3 ÁREAS DE ATUAÇÃO DOS GRUPOS TEMÁTICOS

O regimento da Alaic compreende os grupos temáticos (GTs) como iniciativas orgânicas criadas para o intercâmbio e para a produção acadêmica de seus membros, em torno do subcampo de conhecimento da respectiva especialidade. Os GTs constituem-se, assim, em "espaços de diálogo" que articulam interesses e iniciativas ligadas ao desenvolvimento de linhas e de práticas de pesquisa das quais um conjunto de associados participa, visando pôr em comum seus trabalhos e sua experiência.

Em decorrência do processo de reestruturação da entidade, nos últimos dois anos – resultado da necessidade de se colocar em prática os atuais estatuto e regimento –, foram estabelecidos dezesseis grupos temáticos, com ementas setoriais e debates acumulados, os quais serão apresentados a seguir.

Com coordenação de Betania Maciel (UFRPE, Brasil), e vice-coordenação de Gustavo Said (UFPI, Brasil) e Vicente Castellanos (UAM, México), o GT1 Comunicação Intercultural e Folkcomunicação tem como objetivo estudar a comunicação e suas conexões com as culturas de diferentes povos. Para isso, é utilizado o conceito de multiculturalismo e comunicação, debatendo questões como diversidade étnico-cultural e identidades nacionais. O grupo também discute o papel da comunicação intercultural na sociedade contemporânea e os processos de interculturalidade que se fazem cada vez mais presentes com a globalização, buscando compreender a comunicação por meio das marcas culturais que nos acompanham desde as origens, constituindo assim culturas específicas ou compartilhadas que atravessam fronteiras territoriais e políticas.

O GT2 Comunicação Organizacional e Relacões Públicas tem coordenação de Cleusa Maria Andrade Scroferneker (PUCRS, Brasil) e vice-coordenação de María Antonieta G. Rebeil Corella (Anáhuac, México) e Teresa del Pilar Niño Benavides (PUJ, Colombia). Seu objetivo principal é estudar o papel da comunicação no contexto das organizações complexas, considerando o funcionamento da comunicação administrativa, interna, institucional e mercadológica. A pesquisa em comunicação organizacional busca o estudo sistemático dos elementos e dos contextos intra e interorganizacionais da interação simbólica das organizações com os seus públicos. Nesse conjunto, o GT busca analisar assuntos como climas e culturas de comunicação, rede formal e informal, símbolos organizacionais, discursos corporativos, novas tecnologias e entorno interno e externo.

O GT3 Comunicação Política e Mídia tem prestado atenção preferencial às relações entre as televisões nacionais e os sistemas políticos de diferentes países latino-americanos. Com a coordenação de Andrés Cañizález (UCAB, Venezuela) e a vice-coordenação de Hugo Sánchez Gudiño (UNAM, México) e Luis Olivera (PUCP, Peru), o GT se propôs: a) a realizar de forma coordenada um estudo que parta de pressupostos epistemológicos e métodos comuns para investigar criticamente relações

entre Estado, partidos e mídia, na perspectiva de identificar práticas autoritárias e democráticas; b) a desenvolver gêneros político-jornalísticos televisivos, assim como gêneros novos e/ou híbridos; e c) a aprofundar o conhecimento das condições de recepção e as novas práticas cidadãs emergentes neste contexto.

O GT4 Comunicação e Educação, por sua vez, tem como propósito analisar e promover reflexão sobre a vinculação entre esses dois campos do conhecimento. Embora a relação entre comunicação e educação seja muito antiga, a tendência tem sido analisá-la à luz dos avanços técnicos. O grupo parte da premissa de que a influência da comunicação na educação vai além dos desenvolvimentos tecnológicos; por isso, busca realizar uma reflexão ampla que abarque os sistemas de educação presencial e também os programas de ensino a distância. Além disso, o objetivo tem sido estudar a função e o papel que desempenha a comunicação tanto em sistemas de educação formal quanto nos não formais. Considera-se, adicionalmente, que na América Latina há numerosos estudos sobre a relação entre a comunicação e a educação. No entanto, trata-se de produção ainda dispersa e, em muitas ocasiões, desconhecida. Dessa maneira, uma das metas do GT – coordenado por Luz María Garay (UPN, México) e com subcoordenação de Caridad García (UAM, México) e Maria de Fátima Monte Lima (UFS, Brasil) – é sistematizar esses trabalhos e ir configurando a história da relação comunicação-educação.

Coordenado por Inesita Soares de Araujo (Fiocruz, Brasil) e com a vice-coordenação de Adriana González Martínez (UAP, México) e Jesús Arroyave (Universidad del Norte, Colômbia), o GT5 Comunicação e Saúde tem contribuído com a compreensão e a consolidação do campo da comunicação e da saúde, entendendo essa relação como um espaço de múltiplas dimensões, formado por história, teorias, metodologias, tecnologias, atores, instituições, políticas, práticas, agendas, interesses e relações de poder e disputas dos sentidos. O grupo entende que as mudanças sociais, políticas, culturais e tecnológicas no mundo contemporâneo afetam os cenários e as práticas de comunicação e saúde, demandando estudos que permitam sua leitura, interpretação e ação. Dessa maneira, o GT tem debatido trabalhos que apresentam pesquisas, problematizações teóricas e/ou metodológicas ou experiências relacionadas com enfoques teóricos, metodológicos e perspectivas interdisciplinares em comunicação e saúde; estudos comparados entre países; atores da comunicação e da saúde; políticas, práticas, processos e produtos na América Latina; comunicação, saúde e cidadania; relações entre saúde e meios de comunicação; comunicação interpessoal e intercultural nos contextos da saúde; comunicação e modelos de saúde, novas tecnologias e configurações sociais.

Já o GT6 Economia Política das Comunicações tem como tema a análise econômica das comunicações, percebendo-a como fundamental para a compreensão dos grandes temas subjacentes à atual crise do capitalismo. A tradição

europeia dos estudos da economia política da comunicação contrasta com sua menor difusão na América Latina. O desenvolvimento acelerado da chamada "nova-tevê" e das novas tecnologias da comunicação nos países latino-americanos, o preocupante avanço do neoliberalismo e a privatização das telecomunicações em certas áreas, bem como a própria expansão internacional das indústrias culturais – ocorrida sem que temas primários relacionados à estrutura democrática dos meios de comunicação de massa sejam colocados em discussão –, indicam a, ainda maior, necessidade de se discutir, em bases objetivas, assuntos específicos e urgentes da área, os quais não podem prescindir de uma análise econômica. O grupo é coordenado por Ancizar Narvaez (UPN, Colômbia) e tem Valério Brittos (Unisinos, Brasil) e Irma Portos (UNAM, México) como vice-coordenadores.

O GT7 Estudos de Recepção debate análises dos processos sociodiscursivos e socioculturais de recepção dos meios de comunicação, na exploração teórico-metodológica de investigações empíricas e na reflexão epistemológica, o que implica abordar a recepção como a relação dos meios com a cultura e a sociedade contemporânea; a relação entre os textos e a leitura dos receptores; a abordagem dos enfoques metodológicos para o exame das relações entre receptores e meios tradicionais de comunicação, assim como entre os receptores e os usuários de novas tecnologias; os modos de apropriação e suas implicações na construção dos produtos mediáticos; e a interpretação, o uso e o consumo mediáticos e suas relações com as mediações. O GT7 é coordenado por Veneza Ronsini (UFSM, Brasil) e tem como vice-coordenadores Denise Cogo (Unisinos, Brasil) e Jerónimo Repoll (UACM, México).

Sob responsabilidade de Esmeralda Villegas Uribe (Universidad Autonóma de Bucaramanga, Colômbia), com a vice-coordenação de Patricia Gonçalves Saldanha (UFRJ, Brasil) e de Carlos Arroyo (UCB, Bolívia), o GT8 Comunicação Popular, Comunitária e Cidadania configura-se como um espaço de apresentação e debate das investigações realizadas nas seguintes áreas: comunicação no contexto dos movimentos populares, dos sindicatos de trabalhadores, das pastorais sociais e das organizações não-governamentais (ONGs); rádio, televisão, jornais e outras formas de comunicação comunitária; meios locais; participação popular e interatividade nos meios de comunicação do circuito alternativo; comunicação e cultura política para o exercício da cidadania; manifestações culturais das classes populares; inter-relação entre comunicação popular e meios massivos.

O GT9 Teoria e Metodologia da Investigação em Comunicação é coordenado por Raúl Fuentes Navarro (ITESO, México) e vice-coordenado por Mabel Grillo (UNRC, Argentina) e Oscar Bustamante (ITESO, México). Tem sido um espaço para a reflexão das questões relativas à produção de conhecimento no campo da Comunicação. Para isso, discute pesquisas ligadas: à crítica ao estado

de conhecimento no campo; aos fundamentos teóricos e metodológicos da interdisciplinaridade; à fragmentação e à integração teórica em Comunicação; à atualização das teorias em Comunicação; à construção dos objetivos de investigação e das estratégias de combinação metodológica; à fundamentação empírica e à teorização na investigação; a experiências metodológicas.

Coordenado por Eduardo Villanueva (PUCP, Peru), com apoio de Angelo Bras Callou (UFRPE, Brasil) e Edgardo Carniglia (UNRC, Argentina), o GT10 Comunicação, Tecnologia e Desenvolvimento tem analisado as problemáticas do desenvolvimento e da mudança social, vinculado-as às transformações técnicas e científicas e ao papel instrumental da comunicação, levando em conta os clássicos estudos de difusão de inovações e processos de modernização. O grupo tem centrado sua preocupação nas pesquisas e nos estudos que permitam a discussão e a renovação do difusionismo clássico e dos enfoques sócio-históricos e culturais na análise sobre a difusão. Além disso, o grupo se dedica à reflexão sobre: a circulação de informações e de inovações sociais, o papel da tecnologia e do conhecimento na mudança social e as consequências nas dinâmicas de participação e modificação do ambiente natural e social, as críticas comunicacionais às experiências de intervenção para o desenvolvimento, a comunicação nas práticas extensionistas e de promoção social. Também tem sido temas presentes nos trabalhos do grupo: as inovações em contextos locais e globalizados, as ideologias e ressignificações do velho e do novo, a teoria e a prática de comunicar o novo, a comunicação de inovações e o meio ambiente, a responsabilidades públicas e privadas diante da inovação, a mudança técnica e científica como centro de difusão e a adoção de inovação, entre outros focos.

O propósito do GT11 Comunicação e Estudos Socioculturais – coordenado por Alfredo Alfonso (UNQ-UNLP, Argentina) com a subcoordenação de Carlos Del Valle (Universidad de La Frontera, Chile) e de Evandro Ouriques (UFRJ, Brasil) – tem sido estudar os fenômenos comunicacionais e socioculturais no contexto da sociedade contemporânea. Também têm sido realizadas análises sobre a mídia e as indústrias culturais e sobre como elas exercem influência direta na configuração dos imaginários sociais e nas novas formas de sociabilidade, por meio do estudo dos processos comunicativos e culturais dos movimentos sociais, especialmente no âmbito da América Latina.

Já o GT12 Comunicação e Transformação Social é coordenado por Alfonso Gumucio-Dagron, com o apoio da vice-coordenadora Amparo Cadavid (Uniminuto, Colômbia), e busca discutir paradigmas e experiências de comunicação para o desenvolvimento e a transformação social. Desde a década de 1960, tal perspectiva tem estado sob influência de vários modelos, às vezes contraditórios. A participação dos atores envolvidos é essencial às propostas de comunicação para

o desenvolvimento, de forma *alternativa* e *participativa* – expressões mais reconhecidas da comunicação para a transformação social, que resgata e aprofunda o caminho percorrido por ambas. O essencial do trabalho desse grupo é questionar o conceito de um desenvolvimento que não conta com a participação dos setores diretamente afetados, além de defender uma comunicação que faça efetiva a participação comunitária, especialmente dos setores mais pobres e isolados. Nos últimos anos, a comunicação para a transformação social tem ingressado com força, tanto na linguagem acadêmica quanto nas práticas de comunicação participativa, substituindo, de alguma maneira, a comunicação para o desenvolvimento, que havia sido objeto de questionamento.

Coordenado por Carola García Calderón (UNAM, México) e com subcoordenação de Elizabeth Moraes Gonçalves (Umesp, Brasil), o GT13 Comunicação Publicitária se propõe a desenvolver análise, reflexão e compreensão da publicidade como fenômeno cultural e comunicacional. Para abordar a problemática, propõe a discussão a partir das seguintes linhas de trabalho: estrutura da publicidade nos países latino-americanos; mercado regional de publicidade; ensino da publicidade; linguagem publicitária e análise da mensagem; gênero e publicidade; pesquisa em publicidade e investigação de mercados; publicidade governamental; publicidade social; criatividade, estratégias e campanhas publicitárias; publicidade e novas tecnologias; representações e imagens sociais na publicidade; marcas e marketing.

O GT14 Discurso e Comunicação é coordenado por João Batista Freitas Cardoso (USCS, Brasil) e conta com a vice-coordenação dos pesquisadores Tanius Karam (UACM, México) e Vander Casaqui (ESPM-SP, Brasil). Os objetivos do GT são promover o conhecimento e dar visibilidade a pesquisas que abordem distintos aspectos vinculados a estrutura, uso e manejo da linguagem nos processos de comunicação (meios de comunicação de massa, novas tecnologias, comunicação interpessoal e práticas culturais). Além disso, o grupo pretende relacionar as dimensões epistemológicas, teóricas e metodológicas que existem na produção científica e acadêmica da comunicação com os estudos do discurso e com os estudos semióticos. O grupo deseja difundir trabalhos que tenham como base o estudo das linguagens, dos discursos, dos signos, dos intercâmbios verbais, dos sinais sígnicos, bem como dos processos semióticos, e que utilizam ou aplicam teorias e métodos nos estudos do discurso e nos estudos semióticos, que fazem parte do campo da Comunicação.

O GT15 Comunicação e Cidade é coordenado por Alejandra García (UNJU, Argentina) e vice-coordenado por Patria Román-Velázquez (City University London, United Kingdom). Quatro eixos têm pautado os debates científicos: o espaço público – a cidade como "lugar" político; o espaço urbano – a cidade como "lugar" antropológico; o espaço cotidiano – a cidade como "lugar"

da produção e da reprodução social; e o espaço simbólico – a cidade como "lugar" significado. O grupo tem se centrado, desde sua constituição, na reflexão e na pesquisa em torno das relações entre a comunicação, em seu processo intersubjetivo de produção de sentido, e a cultura urbana, entendida como as formas de pensar, valorizar e atuar na cidade, a partir de atribuições identitárias.

Os Estudos sobre Jornalismo estão na pauta do GT16, coordenado por Ana Carolina Rocha Pessoa Temer (UFG, Brasil), com subcoordenação de Alvaro Henrique Duque (Universidad del Rosario, Colômbia), que se constitui como espaço de reflexão e informação empírica sobre os processos de produção, circulação e consumo de mensagens jornalísticas na América Latina. O grupo se pauta nas seguintes linhas de investigação: ensaios ou trabalho empíricos (pesquisas, entrevistas, etnografias, etc.) sobre os processos de produção e distribuição de mensagens jornalísticas em países da América Latina; investigações sobre o conteúdo das mensagens jornalísticas impressas ou audiovisuais dos meios latino-americanos; ensaios ou trabalhos empíricos sobre os processos de recepção, consumo e apropriação de mensagens jornalísticas nessa região.

4 ÁREAS DE ATUAÇÃO DOS GRUPOS DE INTERESSE

Como consequência da reforma no estatuto e no regimento da Alaic, o XI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, programado para maio de 2012, em Montevidéu, Uruguai, sediará as atividades de três grupos de interesse (GIs), que terão suas atividades avaliadas e poderão, com a aprovação da Alaic, transformar-se em grupo de trabalho permanente.

O GI1 Comunicação Digital, Redes e Processos, coordenado por Carlos Arcila Calderón (Universidad del Norte, Colômbia), conta com a subcoordenação de Cosette Castro (UCB, Brasil) e Mabel Calderín (Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela). Articula pesquisas e reflexões sobre tecnologias digitais na América Latina e presta especial atenção aos novos processos comunicativos, tais como os chamados novos meios de comunicação em rede. Nesse sentido, reúne perspectivas vinculadas com as dimensões sociais e culturais da rede de redes, internet, e com o uso e a apropriação que estão fazendo dos cidadãos dos entornos virtuais de comunicação. Em sua pauta, estão tópicos como: comunicação mediada pelo computador; ciberjornalismo; cibercultura; usabilidade/acessibilidade; arquitetura da informação; meios experimentais; interatividade; convergência de meios; rádio e TV digital; narrativas digitais; estética e imagem digital; comunidades e redes virtuais; mundos virtuais; novas espacialidades e temporalidades; ubiquidade e mobilidade digital; cyborgs e corpos; identidades virtuais; socialização virtual; comunidades científicas digitais; colaboração na rede; história da internet.

Já o GI2 História da Comunicação busca reunir e promover o intercâmbio de informações sobre questões básicas da especialidade, como: bibliografia – incluindo a informação de onde e como obter material; didática da história da informação e das tecnologias digitais; propostas historiográficas especializadas em meios de comunicação; metodologias de investigação aplicadas à história da mídia e que buscam trabalhar sobre histórias nacionais, regionais, de casos e de conjunturas específicas; biografias de comunicadores, entre outras. O grupo é coordenado por Eduardo Gutiérrez (UJ Cali, Colômbia) e vice-coordenado por Maria Cristina Gobbi (Unesp, Brasil) e Celia del Palacio (Universidad Veracruzana, México).

Por fim, o GI3 Ética, Liberdade de Expressão e Direito à Comunicação é coordenado por Fernando Oliveira Paulino (UnB, Brasil), com a subcoordenação de Carlos Camacho (Universidad Católica Boliviana, Bolivia) e Marcos Santuário (Feevale, Brasil). O grupo parte do princípio de que o direito à comunicação não se restringe ao direito à liberdade de expressão e à difusão da informação, estendendo-se também em direção à esfera de produção e de circulação da informação, assim como aos processos participativos de tomada de decisões. A iniciativa pretende reunir pesquisas relacionadas à autorregulação, à corregulação e à regulação da mídia, abordando estudos sobre o acesso à informação e o direito à comunicação. Além disso, há o interesse por políticas públicas de promoção do acesso à informação, à liberdade de expressão, ao pluralismo e à diversidade cultural, como princípios fundamentais.

5 CONCLUSÃO

O artigo apresentou os debates setoriais suscitados em cada grupo temático e em cada grupo de interesse da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, iniciativas que se reúnem nos congressos da entidade. O XI Congresso da Alaic, programado para maio de 2012, em Montevidéu, será um importante momento para verificação da definição e da distribuição das ementas e dos temas entre os grupos, pois será o primeiro com a configuração atualizada.

Além disso, o texto relatou as reflexões acumuladas nos seminários e as contribuições desses eventos científicos para a promoção do conhecimento e do intercâmbio científico na América Latina. Estudos futuros podem se pautar em análises setoriais internas a cada grupo e/ou estabelecer parâmetros comparativos entre, por exemplo, formação e nacionalidade dos pesquisadores. Na composição atual, destaca-se a presença brasileira e mexicana na condução dos trabalhos.

Seção 4

ESPAÇO LUSÓFONO

CAPÍTULO 4.1

TENDÊNCIAS GERAIS

Antonio Hohlfeldt[1]

1 AS AÇÕES DA LUSOCOM: CONTINUADAS, MAS INSUFICIENTES

A Federação das Associações Lusófonas de Ciências da Comunicação (Lusocom) tem como missão, definida em seus estatutos, articular ações conjuntas entre instituições dedicadas aos estudos da Comunicação Social, localizadas, geograficamente, na Galícia, em Portugal, no Brasil e nos continentes africano e asiático em que remanesce a herança da colonização de expressão portuguesa, como bem definiu Salvato Trigo (1977).

Na prática, há alguns desafios que ainda não foram vencidos. O primeiro deles é a própria diferenciação entre as instituições existentes em cada região geográfica e suas condições de articulação institucional. No Brasil, a partir dos anos 1980 e com a participação das agências governamentais de fomento à pesquisa, especialmente a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) e o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), além daquelas vinculadas às administrações estaduais, que são as Fundações de Amparo à Pesquisa, que funcionam, ao menos legalmente, em cada unidade da federação brasileira, tem-se conseguido dinamizar a pesquisa desenvolvida em nível universitário, mediante bolsas de incentivo ao estudo, com o financiamento de empreendimentos e iniciativas como as que ora se concretizam, ou seja, obras de pesquisa como as que o leitor tem em mãos.

Na Europa, há uma institucionalização bastante eficiente, mas a atual crise por que passa a comunidade europeia certamente tem dificultado tais iniciativas, tanto em Portugal quanto na Espanha. O caso da Galícia me parece ser uma situação parcialmente diferenciada, já que se trata de uma nacionalidade histórica, dotada de autonomia, em relação ao governo da Espanha, e por certo seus representantes podem melhor falar a esse respeito.

---

1. Presidente da Lusocom, na gestão 2008-2011. Presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e membro do conselho consultivo da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Pesquisador do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), membro do Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul (IHGRGS) e professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS).

No caso das antigas colônias de expressão portuguesa – e refere-se, aqui, especialmente, a Angola, Moçambique, Guiné-Bissau, Cabo Verde e outras –, assim como na Ásia – Goa –, encontra-se diferentes situações. Trata-se de nações que ainda buscam constituir sua própria identidade e, muitas vezes, não chegaram a concretizar entidades autônomas, como as associações existentes no Brasil, na Galícia ou em Portugal. As próprias universidades ainda almejam sua autonomização e a identidade de suas missões específicas, em face de diferentes contextos. Quanto a Goa, especificamente, perdeu-se, no cotidiano, qualquer vinculação com a antiga metrópole, de sorte que apenas o levantamento e o reconhecimento de alguma herança – riquíssima, diga-se de passagem – daquele tempo remoto podem ainda ser discutidos e estudados.

A formação da Lusocom foi uma ousadia de todos os que pretenderam uma articulação entre territórios que repartem, de maneira semelhante, a herança do idioma galego-português. Mas não tem sido fácil. A busca de uma certa leveza e agilização da Lusocom fez com que sua estrutura fosse reduzidíssima, constituída sua diretoria apenas de presidência, vice-presidências e uma secretaria, sem qualquer tesouraria. Isso dificulta a institucionalização da entidade, pois as exigências legais em geral determinam outro tipo de organização. Esse é um problema que precisará ser enfrentado urgentemente por essa instituição; problema, contudo, que não cabe aqui discutir, mas cujos desdobramentos implicam uma ampliação, ou não, de suas atividades.

Quanto à África, a inexistência ou a dificuldade de atuação e de articulação de entidades nacionais nesta geografia tão tradicional, historicamente falando, quanto fragmentada, identitariamente referida, não impede que contatos unilaterais se estabeleçam. De um lado, as iniciativas do governo brasileiro, estabelecendo incentivos para atividades conjuntas entre pesquisadores do país e das demais nações africanas, possibilitam iniciativas que se organizam a partir de universidades, mediante concorrência a editais produzidos pelas agências governamentais do Brasil e das demais nações africanas. Algumas universidades ou grupos de pesquisadores vêm atuando na África do Sul, em Angola, em Moçambique, em Cabo Verde, na Guiné Bissau, etc. Mas os resultados são ainda incipientes e, sobretudo, não permitem visão e compreensão de conjunto em relação a tais contextos. O Brasil faz, neste momento, uma articulação mais orgânica, com a criação da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB).

Por certo, a situação política interna também dificulta tais iniciativas, porque as perspectivas são muito diversificadas e, por isso mesmo, incompletas, em suas dinâmicas. O que parece fundamental, aqui, é que se retome, no âmbito da Lusocom, a discussão em torno de quem representa e com quem se dialoga institucionalmente neste contexto. Estatutariamente, deveriam ser as associações nacionais.

Isso ocorre com Brasil, Portugal e Galícia – considerada região autônoma pelo governo espanhol e, portanto, com identidade própria. Mas a perspectiva é bem mais difícil em se tratando de África, e praticamente impossível, se se pensar em termos de Ásia, quer em relação a Goa, quer em relação a Macau, onde, diga-se de passagem, ainda se encontra um jornal diário escrito em português.

O que fazer, então? Talvez um recuo parcial, estratégico, possa ser uma alternativa momentânea: o estabelecimento de diálogo com instituições universitárias ou até mesmo associações de pesquisadores, mesmo que não nacionais, no sentido de se cobrir um determinado território regional, pode ser um caminho para a aproximação e a abertura de sendas capazes de conduzir a resultados mais produtivos.

Por enquanto, os esforços intentados podem ser avaliados com algum ceticismo: tanto é que são escassos, se existentes, os representantes desses estudiosos africanos ou asiáticos nos encontros da entidade. Quando existem, vieram por conta própria, muitas vezes a convite e amparados pelas associações internacionais, o que sempre torna mais tênues e menos reconhecidas as suas falas autorizadas.

Uma outra perspectiva para se discutir esses problemas e as tarefas que se colocariam para a Lusocom é observar as relações institucionalizadas que se desenvolvem entre pesquisadores e, especialmente, o real interesse que se nutre pelos diferentes contextos e realidades experimentados pelos pesquisadores.

Na presente conjuntura, há estudiosos brasileiros que se ligam a grupos de pesquisa organizados na Galícia, na Espanha ou em Portugal. Eventualmente, estudiosos brasileiros realizam doutorado ou pós-doutorado nessas regiões. Alguns autores portugueses e galegos são razoavelmente conhecidos no Brasil, mas poucos deles alcançam traduções ou edições em português do Brasil. A reciprocidade, porém, praticamente inexiste. Ainda no último congresso da Lusocom realizado em Lisboa, na Universidade Lusófona, foi mostrado que, do ponto de vista dos estudiosos portugueses, com raras exceções, as citações se dão muito mais a partir de autores franceses e norte-americanos, um pouco menos de ingleses e raramente de galegos e de espanhóis, do que brasileiros (HOHLFELDT, 2009).

O que se diria, então, em relação aos estudiosos de África e de Ásia? O que se conhece a respeito da história do desenvolvimento da imprensa nessas antigas colônias e as situações hoje vividas pelas novas nações que ali vêm se constituindo? Parte-se de uma experiência pessoal. No segundo semestre de 2008, realizei estudos pós-doutorais na Universidade Fernando Pessoa, na cidade do Porto[2]. Levava o projeto de um estudo comparado entre o jornalismo lusitano e o brasileiro, no qual existem evidentes pontos de contato. Acabei por estudar, levado por meu hospedeiro, o ilustre reitor Salvato Trigo, profundo conhecedor da cultura

2. Trata-se de estágio pós-doutoral financiado pela Capes.

de expressão lusófona na África, a história do jornalismo das antigas colônias, por meio dos documentos remanescentes na Biblioteca Pública Municipal do Porto, para onde aqueles antigos jornais da segunda metade do século XIX e de inícios do século XX deveriam ser enviados. A documentação que levantei é estupenda, mas quase desconhecida. Tendo digitalizado as primeiras edições disponíveis naquele acervo, venho realizando duas ações complementares: a) publicação de estudos específicos sobre periódicos e personagens daquela história; b) divulgação de tal história e de seus documentos, graças à formação do acervo do Núcleo de Pesquisas em Ciências da Comunicação (NUPECC), que realizo junto à minha universidade. Hoje, no endereço eletrônico[3], pode-se ter acesso a tal acervo. Um artigo sucinto apresenta a história do jornalismo de cada ex-colônia; posteriormente, tem-se digitalizadas as primeiras edições dos jornais disponíveis, sobre os quais também se faz uma sumaríssima descrição. O que se pretende é chamar a atenção de estudiosos e pesquisadores para tal realidade.

Contudo, uma simples observação, por meio da internet, a respeito da realidade contemporânea, evidencia enormes diferenças entre o que mostra aquele acervo e a situação de hoje em dia. A pesquisa vem até os primeiros anos da ditadura de Antonio Salazar. Registra-se, evidentemente, os movimentos independentistas que se seguem a 1974 e 1975. Mas, a partir de então, há dificuldades para se acompanhar o que acontece, quer por motivos políticos, quer por questões de documentação.

Observe-se que países como Angola fazem enormes esforços para uma modernização radical, que coloque os meios de comunicação da nação *up to date* com o que de mais tecnológico se desenvolve no mundo inteiro, inclusive com a digitalização. Mas a própria identidade dos processos comunicacionais de outras nações sugerem caminhos diversos. Numa determinada faculdade, por exemplo, encontram-se alunos bolsistas no curso de graduação, vindos da Guiné Bissau. Ali, a estrutura universitária é precária, mas a tradição comunitária de transmissão da informação é extremamente dinâmica. Vão-se impor novos modelos importados ou buscar, primeiro, entender e valorizar a realidade vivida e, só depois, pensar em alternativas que dinamizem tais processos?

Neste sentido, a Lusocom tem um papel extremamente importante. A reordenação institucional, produzida com as independentizações, na década de 1970, produziu muitos frutos, alguns deles ruins: uma ruptura radical, que implicou inclusive na negativa e eventual eliminação de documentos.

Estas pontes, rompidas, precisam ser refeitas, não sob a antiga perspectiva da dominação centralizadora colonial da metrópole, mas para que se possa entender

3. Disponível em: www.pucrs.br/famecos/nupecc.

por onde se precisará andar e o que se necessitará realizar. Pelas pesquisas até aqui realizadas, fica evidente a presença brasileira, já no século XIX, do ponto de vista literário, especialmente em Cabo Verde; do ponto de vista político, muito forte em Angola e um pouco menos em Moçambique. Nessas antigas colônias, tanto se divulgavam os escritores brasileiros quanto se tomava o Brasil como referência, primeiro para a busca da almejada república e, depois, infelizmente, quando Brasil e Portugal experimentaram as ditaduras do Estado Novo, Salazar e Vargas queriam aproximações de caráter político, que tentavam mascarar, para seus povos e para as demais nações, o que de fato significavam aqueles governos de força[4].

Vê-se, especialmente no caso de Moçambique, um esforço enorme de reconstituição da memória da imprensa da antiga colônia. Não se tem a mesma avaliação quanto a Angola ou a quaisquer outras antigas colônias. Mas é fundamental que este conhecimento seja universalizado, ao menos entre essas comunidades, o que não vem ocorrendo. Por outro lado, há pouco tempo, editou-se uma bela antologia de jornalismo literário galego, em dois volumes, cujo teor evidencia relações muito concretas com a produção jornalística portuguesa de período contemporâneo e mesmo brasileira (DÍAZ et al, 2007a; 2007b). Ainda que sem internet, esses intelectuais do final do século XIX e do início do século XX se liam e se conheciam entre si, proporcionalmente mais do que nos lemos e nos conhecemos hoje em dia.

Sem se perder a perspectiva dos estudos contemporâneos que envolvem a avaliação de todas as potencialidades que a internet e as atuais tecnologias da informação e da comunicação permitem, não se pode virar as costas para esta herança rica. Por meio dela – porque ela é comum a todos –, quem sabe se poderá intentar melhor compreensão e maior aproximação entre nós.

Valeria o mesmo em relação à produção acadêmica sobre a comunicação e a história da imprensa na América Latina. Fica, aqui, apenas o registro do quanto nos desconhecemos: nem o Brasil conhece a história da imprensa latino-americana – ou a conhece muito mal – nem a Hispano América sabe do que ocorreu com a imprensa brasileira desde seu surgimento, em 1808. No máximo, pode-se lamentar que, enquanto no México a imprensa se inicia ainda no século XVI, no Brasil ela dará seus primeiros passos apenas nos alvores do século XIX.

Neste sentido, pois, a Lusocom poderá – deverá? – estabelecer um programa maior de intercâmbio, mais pontuado e objetificado, de modo a, gradualmente, reconstituir esta história que é comum, sim, entre todos, ao mesmo tempo em

4. Veja-se o caso da *Atlântico – Revista Luso-Brasileira*, de que publicaram três edições, entre a primavera de 1942 e a de 1943. A publicação circulava sob a dupla responsabilidade do Secretariado de Propaganda Nacional (Lisboa) e o Departamento de Imprensa e Propaganda (Rio de Janeiro), sendo seus respectivos diretores António Ferro (Portugal) e Lourival Fontes (Brasil).

que avança no estudo e na compreensão – na articulação daquilo de que hoje se necessita, no século XXI, como bem defendeu o prof. Dr. José Marques de Melo. Se, estrategicamente, precisa-se articular com urgência em relação ao presente, defende-se que também se necessita se saber mais quanto às nossas raízes, para melhor nos compreendermos. Nesse sentido, deve-se objetivar mais um calendário e um programa de atividades capaz de fazer avançar concretamente aquilo que, em última instância, é o conjunto de motivos pelos quais se organizaram e se propuseram as diferentes entidades representativas nacionais, para concretizar essa instituição que é a Lusocom.

REFERÊNCIAS

DÍAZ, Rosa Aneiros et al (eds.). *Xornalistas com opinión*. v. 1 – biografias. Vigo: Galáxia, 2007a.

_____. *Xornalistas com opinión*. v. 2 – escolha de textos. Vigo: Galáxia, 2007b.

HOHLFELDT, Antonio. Pesquisadores portugueses de maior circulação no Brasil. In: COLÓQUIO BRASIL-PORTUGAL DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2., 2009, Lisboa. *Anais*... Lisboa: Universidade Lusófona, 2009.

TRIGO, Salvato. *Introdução à literatura angolana de expressão portuguesa*. Porto: Brasília, 1977.

CAPÍTULO 4.2

DEBATES SETORIAIS

Antonio Adami[1]

1 INTRODUÇÃO

Considerando as discussões desenvolvidas no âmbito do IX Encontro da Federação Lusófona de Ciências da Comunicação (IX Lusocom), realizado em agosto de 2011, na Universidade Paulista (Unip), *campus* Bacelar, em São Paulo, com o apoio da Unip, da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) e da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), pretendemos, neste artigo, possibilitar ao leitor um entendimento mais aprimorado desses debates e do evento em si, bem como demonstrar o que este representa para a comunidade lusófona – Brasil, Galícia, Portugal, Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOPs) e Timor Leste – e sinalizar a contribuição que essas reflexões trazem para a área de Comunicação, neste momento histórico de grandes mudanças paradigmáticas em distintos campos, seja na produção comunicacional em diferentes suportes, meios e veículos, seja na forma da recepção desses produtos, seja na enorme gama de material produzido, seja na vocação das mídias sociais para a denúncia política, social, econômica, artística, etc. O IX Lusocom comemora um ciclo de nove edições, tendo sido organizado em três continentes: África, América e Europa.

2 OBJETIVOS DA LUSOCOM

A Federação Lusófona de Ciências da Comunicação contribui para o fortalecimento de uma grande comunidade acadêmica de Ciências da Comunicação. Segundo protocolo firmado em Maputo, Moçambique, em 2002, são objetivos da entidade:

1. criar condições para que, nos países que compõem a comunidade iberoafro-ásio-brasileira, haja desenvolvimento de estudos de ciências e políticas de comunicação no espaço lusófono;

1. Professor titular e fundador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista (Unip) e pesquisador do grupo Mídia, Cultura e Memória, junto ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Foi organizador e presidente do IX Lusocom, realizado em São Paulo, em agosto de 2011. e-mail: antonioadami@uol.com.br.

2. desenvolver relações entre o conjunto de países e comunidades de cultura lusófona, por meio de intercâmbio que permita garantir uma posição de relevo à pesquisa em ciências da comunicação ibero-afro-ásio-brasileira;
3. provocar o incremento do debate acadêmico e sua extensão para o âmbito das atividades profissionais/empresariais de comunicação nos países e nas comunidades de cultura luso-galego-ásio-afro-brasileira;
4. estimular diferentes tipos de ações entre os países e os pesquisadores das referidas nações e comunidades, particularmente no Encontro Lusófono de Ciências da Comunicação, a realizar-se de dois em dois anos, em local designado pela direção da Lusocom, sob proposta de países candidatos à organização;
5. estimular a participação dos pesquisadores e das comunidades lusófonas nos congressos das associações de comunicação nacionais, de modo a fomentar o intercâmbio no campo da pesquisa, materializando-se principalmente nos grupos temáticos e similares, e, em especial, com a participação efetiva nos congressos das diferentes associações constituidoras dessa federação – no IX Lusocom, ficou estabelecido que, em locais em que não existam associações consolidadas, professores pesquisadores com produção científica relevante poderão representar suas regiões;
6. aumentar a projeção internacional da comunidade lusófona – Brasil, Portugal, PALOPs e demais países e comunidades lusófonas – que congregam, hoje, uma das maiores comunidades acadêmicas no campo das Ciências da Comunicação.

3 A CONSOLIDAÇÃO DO PROJETO DE COOPERAÇÃO

No campo das Ciências da Comunicação, a cooperação Brasil-Portugal demorou para ocorrer, mas está acontecendo a passos largos. Com a África Portuguesa e com o Timor Leste, está caminhando, mas não como desejado, pois ainda não existem associações bem organizadas nesses países, ou seja, há pesquisadores que mantêm intercâmbio com Brasil e Portugal, mas ainda não há associações locais consolidadas.

Com Brasil e Portugal, a cooperação se dá a partir do início dos anos 1980, quando Portugal inicia os primeiros programas de ensino e de pesquisa na área, em Lisboa e na cidade do Porto. Entretanto, segundo documentos oficiais da Lusocom, o marco decisivo é a iniciativa da Intercom e de um grupo de pesquisadores portugueses de propor a realização de um Colóquio Luso-Brasileiro de Ciências da Comunicação, como evento prévio ao III Congresso Internacional do Jornalismo de Língua Portuguesa, realizado em Lisboa, de 21 a 24 de abril de 1997. Tal evento permitiu o primeiro diálogo sistemático entre pesquisadores

brasileiros e portugueses (procedentes de várias universidades e institutos superiores). Desse encontro, nasceu a Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (Sopcom) e a própria Lusocom.

Muito justo citar os pioneiros e arquitetos desse importante processo, os professores José Marques de Melo, da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), de São Bernardo do Campo (Brasil), e Moisés de Lemos Martins, da Universidade do Minho (UMinho), de Braga (Portugal) – entre outros que tanto contribuíram e contribuem para o sucesso do evento em três continentes –, como construtores desde o início até a consolidação do Lusocom. Segundo Martins e Marques de Melo (2002),

> a concretização das metas idealizadas em Lisboa é o objeto do II LUSOCOM – Encontro Lusófono de Ciências da Comunicação, realizado em abril de 1998, em Aracaju (SE), que culminou com o processo de constituição da Federação Luso-Brasileira de Ciências da Comunicação. Desta maneira, Brasil, Portugal, os PALOPs – Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa – e Timor Leste podem potencialmente aumentar a projeção internacional da comunidade lusófona, que congrega hoje uma das maiores comunidades acadêmicas no campo das Ciências da Comunicação.

Recordamos que, naquele momento, o Timor Leste se encontrava em grandes conflitos, em função da busca de independência, após 24 anos de ocupação indonésia, independência esta que veio em 30 de agosto de 1999, a partir de um referendo promovido pelas Nações Unidas. No evento de Aracaju, os presentes, em um determinado momento, homenagearam o Timor e o integraram ao Lusocom, em uma sessão comovente.

Hoje, neste momento histórico de integração de culturas, de intercâmbio de conhecimentos jamais visto em outros tempos, o Lusocom busca cada vez mais consolidar-se no contexto das pesquisas nas Ciências da Comunicação e busca agregar, cada vez mais, pesquisadores de países e regiões lusófonas. Por isso, o tema central do IX Lusocom, em 2011, ficou assim definido: "Lusofonia: comunicações identitárias e interculturalidade". Para os próximos anos, é projeto da entidade integrar demais regiões ao evento; nesse sentido, trabalha-se pela participação de comunidades de língua portuguesa do Canadá, dos EUA e da Venezuela.

4 REGISTRO HISTÓRICO DO LUSOCOM

Cabe, aqui, fazer um registro das nove edições do congresso da Lusocom, em ordem decrescente:

- *IX Congresso Lusocom*
  Local: Universidade Paulista
  Cidade: São Paulo, Brasil
  Ano: 2011
  Presidente: Prof. Dr. Antonio Adami

- *VIII Congresso Lusocom*
  Local: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
  Cidade: Lisboa, Portugal
  Ano: 2009
  Presidente: Prof. Dr. Moisés de Lemos Martins
- *VII Congresso Lusocom*
  Local: Universidade Santiago de Compostela
  Cidade: Santiago de Compostela, Galícia, Espanha
  Ano: 2006
  Presidente: Profa. Dra. Margarita Ledo
- *VI Congresso Lusocom*
  Local: Universidade da Beira Interior
  Cidade: Covilhã, Portugal
  Ano: 2004
  Presidente: Prof. Dr. Antonio Fidalgo
- *V Congresso Lusocom*
  Local: Universidade Eduardo Mondlane
  Cidade: Maputo, Moçambique
  Ano: 2002
  Presidente: Prof. Dr. Eduardo Namburete
- *IV Congresso Lusocom*
  Local: Unimonte, Unisantos e Prefeitura de São Vicente (SP)
  Cidade: São Vicente, Brasil
  Ano: 2000
  Presidente: Profa. Dra. Benalva Vitório da Silva
- *III Congresso Lusocom*
  Local: Universidade do Minho
  Cidade: Braga, Portugal
  Ano: 1999
  Presidente: Prof. Dr. Moisés de Lemos Martins
- *II Congresso Lusocom*
  Local: Universidade Federal de Sergipe
  Cidade: Aracaju, Brasil
  Ano: 1998
  Presidente: Prof. Dr. César Ricardo S. Bolaño
- *I Congresso Lusocom*
  Local: Universidade Lusófona de Lisboa
  Cidade: Lisboa, Portugal
  Ano: 1997
  Presidente: Prof. Dr. Bragança de Miranda

A seguir, nos dedicaremos a detalhar as atividades que marcaram o evento realizado em 2011.

4.1 O IX Lusocom

A ideia do evento na Unip nasce em abril de 2009, durante o XI Congresso Ibero-Americano de Comunicação (Ibercom), na Universidade da Madeira, em Funchal, Região Autônoma da Madeira, quando nos é feito o convite para a organização de um congresso posterior. De lá até agosto de 2011, foi feito um trabalho por parte dos organizadores no sentido de tornar o evento cada vez mais representativo e, com isso, resolveu-se convidar o maior número possível de pesquisadores estrangeiros, o que realmente ocorreu, tendo o evento recebido 25 pesquisadores de fora do Brasil.

O congresso contou com uma comissão organizadora, composta por professores, alunos de pós-graduação e alunos de graduação (bolsistas) e pelo departamento de eventos da Unip. Contou também com o apoio incondicional da equipe de trabalho da Intercom. Teve ainda um comitê científico, representado por 14 professores de diferentes instituições nacionais e internacionais.

A estrutura administrativa e gestora do evento contou com um programa de computador que facilitou todas as etapas importantes, como a inscrição e o envio de trabalhos, o envio destes aos pareceristas, a resposta aos inscritos, aprovando ou não os textos para apresentação, a impressão e o envio de certificados, o controle bancário, etc.

Uma questão essencial que compõe um evento dessa natureza, como critério básico, é a transparência total com seus elementos. Dessa forma, foram criadas algumas comissões: comissão de gastos e produção (material de escritório, camisetas, canetas, blocos para anotações, crachás, pastas, etc.); comissão de recepção e alojamento; comissão de atendimento; comissão de passagens e transporte; comissão de editoração.

Os trabalhos aprovados passaram por avaliação que considerou originalidade, qualidade, coerência do texto e contribuição para a área de Comunicação. A escolha, feita por pareceristas/coordenadores dos GTs, se deu em função, também, de algumas condições:

a) representação e produção científica em campos de pesquisa coerentes com os GTs na área de Comunicação;

b) disponibilidade;

c) estarem representadas diferentes regiões do Brasil e do exterior;

d) a atuação de, pelo menos, dois pareceristas para cada GT, sendo um brasileiro e um estrangeiro.

O evento foi organizado com 17 GTs e 45 coordenadores, que foram também pareceristas dos trabalhos. No total, foram inscritos 963 participantes. Quanto aos trabalhos, foram aceitos 214. Os coordenadores, suas instituições e seus países estão listados a seguir:

4.1.1 GT Mídia e relações internacionais

Coordenadores: prof. Dr. Edgard Rebouças (Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil) e profa. Dra. Sonia Virgínia Moreira (Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil).

Trabalhos aceitos: 4.

4.1.2 GT Rádio, televisão e internet

Coordenadores: prof. Dr. Antonio Adami (Universidade Paulista, Brasil), profa. Dra. Antía Lopez (Universidade de Santiago de Compostela, Galícia, Espanha) e profa. Dra. Madalena Oliveira (universidade do Minho, Portugal).

Trabalhos aceitos: 22.

4.1.3 GT Jornalismo

Coordenadores: prof. Dr. Xosé Ramón Pousa (Universidade de Santiago de Compostela, Galícia, Espanha), prof. Dr. Antonio Hohlfeldt (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil) e profa. Dra. Ana Maria López Cepeda (Universidade de Santiago de Compostela, Galícia, Espanha).

Trabalhos aceitos: 35.

4.1.4 GT Publicidade e propaganda

Coordenadoras: profa. Dra. Emma Torres (Universidade do Vigo, Galícia, Espanha) e profa. Dra. Mariângela Machado Toaldo (Escola Superior de Propaganda e Marketing, Rio Grande do Sul, Brasil).

Trabalhos aceitos: 8.

4.1.5 GT Relações públicas

Coordenadora: profa. Dra. Claudia Peixoto de Moura (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil).

Trabalhos aceitos: 7.

4.1.6 GT Comunicação institucional

Coordenadores: prof. Dr. Fausto Amaro (Universidade Tecnológica de Lisboa,

Portugal) e profa. Dra. Cleusa Scrofernecker (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil).

Trabalhos aceitos: 9.

4.1.7 GT Audiovisual

Coordenadores: prof. Dr. Geraldo Nascimento (Universidade Paulista, Brasil), profa. Dra. Anna Maria Balogh (Universidade Paulista, Brasil) e prof. Dr. Fernando Redondo (Universidade de Santiago de Compostela, Galícia, Espanha).

Trabalhos aceitos: 13.

4.1.8 GT Redes sociais e cultura

Coordenadores: prof. Dr. Milton Pelegrini (Universidade Paulista, Brasil), prof. Dr. Francisco Campos (Universidade de Santiago de Compostela, Galícia, Espanha) e prof. Dr. José Bragança de Miranda (Universidade Nova de Lisboa e Universidade Lusófona, Portugal).

Trabalhos aceitos: 5.

4.1.9 GT História da mídia

Coordenadores: profa. Dra. Marialva Barbosa (Universidade Tuiutí do Paraná, Brasil), prof. Dr. Luis Cunha (Universidade do Minho, Portugal) e prof. Dr. Rui Centeno (Universidade do Porto, Portugal).

Trabalhos aceitos: 9.

4.1.10 GT Comunicação, política e cultura

Coordenadores: profa. Dra. Carla Reis Longhi (Universidade Paulista, Brasil), prof. Dr. Xosé Ruas (Universidade do Vigo, Galícia, Espanha) e prof. Dr. Silvino Évora (Universidade Piaget, Cabo Verde).

Trabalhos aceitos: 12.

4.1.11 GT Comunicação educativa

Coordenadores: prof. Dr. Ângelo Piovesan (Universidade de São Paulo, Brasil), prof. Dr. Fernando Manuel dos Santos Ramos (Universidade de Aveiro, Portugal) e profa. Jéssica Brihy (Universidade Paulista, Brasil).

Trabalhos aceitos: 8.

4.1.12 GT Pensamento comunicacional: teorias, metodologias e epistemologias

Coordenadores: prof. Dr. Giovandro Marcus Ferreira (Universidade Federal da

Bahia, Brasil), prof. Dr. Paulo Serra (Universidade da Beira Interior, Portugal) e prof. Dr. Pedro Jorge Braumann (Instituto Superior Politécnico de Lisboa, Portugal).

Trabalhos aceitos: 6.

4.1.13 GT Semiótica

Coordenadores: profa. Dra. Lucia Santaella (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil), prof. Dr. Xosé Soengas (Universidade de Santiago de Compostela, Galícia, Espanha) e prof. Dr. Moisés de Lemos Martins (Universidade do Minho, Portugal).

Trabalhos aceitos: 5.

4.1.14 GT Estética, cidades e design

Coordenadoras: profa. Dra. Solange Wajnmam (Universidade Paulista, Brasil) e profa. Dra. Teresa Cláudia Magalhães Franqueira Baptista (Universidade de Aveiro, Portugal).

Trabalhos aceitos: 3.

4.1.15 GT Sociedade de informação e novas tecnologias

Coordenadores: prof. Dr. Edilson Cazeloto (Universidade Paulista, Brasil), prof. Dr. Óscar Emanuel Chaves Mealha (Universidade de Aveiro, Portugal) e prof. Dr. Xosé Pereira (Universidade de Santiago de Compostela, Galícia, Espanha).

Trabalhos aceitos: 8.

4.1.16 GT Comunicação e representações identitárias

Coordenadoras: profa. Dra. Barbara Heller (Universidade Paulista, Brasil), profa. Dra. Margarita Ledo Andión (Universidade de Santiago de Compostela, Galícia, Espanha), profa. Dra. Marta Pérez (Universidade de Santiago de Compostela, Galícia, Espanha) e profa. Dra. Rosa Cabecinhas (Universidade do Minho, Portugal).

Trabalhos aceitos: 47.

4.1.17 GT Folkcomunicação

Coordenadores: profa. Dra. Maria Cristina Gobbi (Universidade Estadual Paulista, Brasil) e prof. Dr. Miguel Tunhez (Universidade de Santiago de Compostela, Galícia, Espanha).

Trabalhos aceitos: 13.

Como já mencionado, 25 professores estrangeiros convidados participaram do evento, tanto como expositores quanto como avaliadores dos trabalhos. Do

Brasil, tivemos professores convidados de diversas regiões, como Rio Grande Sul, Bahia, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Brasília, Goiás, interior de São Paulo, entre outras. O evento contou ainda com palestrantes e debatedores do Brasil e do exterior para a abertura e para o encerramento.

As conferências de abertura foram proferidas por Margarita Ledo Andión, da Universidade de Santiago de Compostela, Galícia, Espanha, e Norval Baitello, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), tendo como debatedores os professores Moisés de Lemos Martins, da Universidade do Minho, Portugal, e Antonio Hohlfeldt, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). As conferências de encerramento foram proferidas por Luisa Maria S. Marinho Antunes Paolinelli, da Universidade da Madeira, Portugal, e Lucia Santaella, da PUC-SP, tendo como debatedores os professores Francisco Campos, da Universidade de Santiago de Compostela, e Moisés de Lemos Martins.

REFERÊNCIA

MARTINS, Moisés de Lemos; MARQUES DE MELO, José. *Protocolo de Maputo*. Maputo: Lusocom, 2002.

PARTE II

FLAGRANTES DA COMUNIDADE NACIONAL

APRESENTAÇÃO

Ana Silvia Médola[1]
Anita Simis[2]

Treze entidades estão representadas na unidade desta publicação referente ao estado do conhecimento nos fóruns nacionais. Elas compõem um conjunto rico e diverso do campo comunicacional e expressam suas singularidades em contextos de abordagens teóricas e práticas balizadas preferencialmente no ano de 2011, depois que o volume do *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil* de 2010 fez a retrospectiva dos 10 primeiros anos do século.

Assim, o primeiro tópico, Ciências da Comunicação, está constituído, e plenamente justificado, pela análise crítica de dados quantitativos e qualitativos referentes ao XXXIV Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), realizado na Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), em 2011. Sem dúvida, trata-se de uma entidade que, após ter realizado congressos no decorrer de mais de três decênios, construiu uma sólida legitimidade como instrumento privilegiado para diagnosticar o atual contexto no âmbito do ensino e para apontar as tendências da pesquisa do campo. Dos dados interessantes sobre seu evento que ocorreu na região Nordeste, alguns merecem ser citados: foi o congresso, realizado nessa região, com maior número de participantes, com uma parcela significativa de pesquisadores de pós-graduação e, o que é muito importante, representando todos os programas de comunicação do país. Nos quadros e nas tabelas apresentados no texto, nota-se uma grande diversidade de interesses, destacando-se, entre seus grupos de pesquisa (GPs) com maior número de participantes, aqueles que estabelecem diálogo entre a Comunicação e outros enfoques, como culturas urbanas e cidadania, aspecto que é instigadoramente questionado. É de se notar, ainda, que o crescimento aponta para uma tendência de estudos das práticas e dos processos de comunicação de grupos específicos, um reflexo aparentemente do que ocorre no campo das ciências humanas de forma geral.

---

1. Professora da Universidade Estadual Paulista (Unesp) e vice-presidente da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom).

2. Professora livre-docente da graduação e do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Estadual Paulista (Unesp), no *campus* de Araraquara. Publicou diversos artigos em periódicos especializados, e seu trabalho mais conhecido é *Estado e Cinema no Brasil*. Foi presidente da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (Ulepicc-BR). Atualmente, é diretora administrativa da Socicom.

O segundo item problematiza o campo de estudos da Cibercultura e a atuação da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber). Após apresentar a trajetória de realizações das diretorias constituídas em gestões bienais, a partir de 2007, o texto posiciona o leitor em relação à caracterização do campo e de suas tendências temáticas e discussões predominantes, entre as quais podemos destacar a reconfiguração infomediática da sociedade, as linguagens emergentes advindas das plataformas digitais, o comportamento e as formas de sociabilidade no ambiente virtual, a participação social e política, as redes sociais... Como demonstra esse tópico, o alcance das pesquisas da associação vai muito além, tornando os horizontes da ABCiber bastante amplos. Além dos encontros científicos, é possível conhecer, pela leitura, a forma de organização da associação que conta com uma Comissão Especial de Assessoramento sobre Política Digital e da Internet no Brasil (CEA-Política) e uma Carta de Princípios que baliza a atuação, em âmbito nacional e internacional, em relação à dimensão política das tecnologias e das redes digitais.

As ações de fortalecimento e de reflexão sobre o cinema e o audiovisual estão descritas nos textos elaborados por integrantes do Fórum Brasileiro de Ensino de Cinema e Audiovisual (Forcine) e da Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (Socine). Em relação à formação profissional, situando historicamente os cursos de Cinema no Brasil, indaga-se sobre como estabelecer uma relação equilibrada e produtiva entre a academia e o mercado de trabalho, entre produção cinematográfica e público. Assim, no sentido de contribuir para políticas que aproximem o mercado da formação de profissionais, o texto apresenta alguns dados de uma pesquisa em andamento, intitulada "Mapa dos cursos de Cinema no Brasil". O estudo ressalta as mudanças significativas na motivação da procura pelos cursos de Cinema, à medida que os estudantes passam a ingressar nas faculdades em busca de aprimoramento técnico e não apenas para acesso a equipamentos. Isso revela ser o resultado de um constante avanço na contribuição dos cursos de graduação da área para a constituição de um mercado profissional sólido. Quanto à pesquisa sobre cinema e audiovisual, a Socine é a entidade que reflete melhor seu desempenho. Os dados apresentados são de 2011 e constituem indicadores importantes do processo de institucionalização do cinema e do audiovisual enquanto campos de pesquisa, expressos notadamente nas atividades desempenhadas nas instituições acadêmicas dos cerca de 1.300 associados da entidade e também na publicação de livros e periódico científico sob o selo da Socine, a partir dos temas abordados nos seus encontros científicos anuais. Em 2011, o XV Encontro da Socine, realizado na cidade do Rio de Janeiro, reuniu trabalhos que demonstram a diversidade das tendências de pesquisa em cinema, desde estudos teórico-críticos até abordagens sobre produção contemporânea e experiências transmídia.

Em seguida, há o relato dos debates referentes à Economia Política da Comunicação (EPC), realizados no âmbito da entidade que melhor a representa:

o capítulo brasileiro da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (Ulepicc-BR). Contando com três encontros nacionais realizados a cada dois anos – o último em Aracaju (SE), em 2010 –, revela-se um importante espaço de discussão para o pensamento crítico comunicacional. O texto apresenta informações não apenas sobre esse encontro, mas também sobre a participação da entidade, em 2011, como apoiadora de eventos, como o seminário internacional da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic) e o congresso da Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Confibercom), entre outros, assim como sobre sua aproximação com entidades acadêmicas internacionais, tendo em vista a demanda de um diálogo entre interlocutores de outras regiões geográficas, baseado na análise crítica dos fenômenos comunicacionais. O leitor irá observar que tal diálogo foi intensificado com os investigadores científicos da América Latina, por meio da aproximação com o pensamento da Escola Latino-Americana da Comunicação (Elacom) e com as atividades da Alaic.

A Folkcomunicação está muito bem representada pela Rede Folkcom, não por acaso contemplada com o prêmio Luiz Beltrão – concedido pela Intercom –, em 2011. Com reconhecimento pela trajetória que agrega pesquisadores da folkcomunicação brasileira, a rede já realizou 14 conferências, apoiou oito seminários e traça, neste trabalho, uma importante avaliação desse percurso, mostrando conquistas e desafios que alargaram a abrangência e a inserção de suas matrizes teóricas nos programas de pós-graduação e nos cursos de graduação que propõem olhar sobre os processos de comunicação dos grupos que se situam à margem dos acessos e do controle dos meios. No último ano, realizou sua XIV Conferência Brasileira de Folkcomunicação, na cidade de Juiz de Fora (MG), e contribuiu com o VIII Seminário "Os festejos juninos no contexto da Folkcomunicação e da cultura popular", em Campina Grande (PB), cuja temática centrou-se na relação entre festas populares e economia da cultura, refletindo sobre os conceitos relativos ao tema e sobre o papel dos agentes culturais nos processos de apropriação econômica das manifestações populares nos sistemas comunicacionais.

Em História da Mídia, procurou-se identificar as tendências cognitivas do campo no ano de 2011, a partir dos dados do VIII Encontro Nacional de História da Mídia e das publicações de pesquisadores da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar). Assim, diversos grupos de trabalho são cuidadosamente analisados, mostrando a vitalidade da associação que reuniu mais de 400 pesquisadores brasileiros e também de países como Angola e Argentina. O volume de publicações em livro, além do pré-lançamento da *Revista Brasileira da História da Mídia*, permite ao leitor compor um completo panorama do intenso trabalho desenvolvido. Ao realizar um mapeamento das atividades durante o último ano, a Alcar identifica os pesquisadores e localiza as instituições

que promovem discussões relativas à história da mídia. Os indicadores reafirmam, por um lado, a forte presença nas universidades federais, e, por outro, revelam o constante avanço da pesquisa nas instituições públicas estaduais.

Neste volume, encontramos, também, um exame acurado a respeito do ensino e da pesquisa na área do Jornalismo. No ensino, o Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ) aponta quais preocupações pautaram seus quatro encontros e um painel temático realizados em 2011, em diferentes Estados da federação, os quais contaram com mais de 500 participantes. E, no sentido de complementar e sistematizar as tendências no ensino de Jornalismo no Brasil, o trabalho ainda revela os resultados de uma pesquisa realizada por meio de um formulário publicado na web e respondido por 24 professores de área, atuantes em diversas regiões do país. Já a responsável pelo texto sobre pesquisa em Jornalismo é a Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Recuperando a história da entidade que, em 2011, realizou seu nono encontro, mostra, por meio de dados quantitativos, o avanço que houve em poucos anos em número de trabalhos apresentados ou da titulação dos autores. Também apresenta as principais temáticas abordadas e, como em outras áreas, aponta a preocupação com as transformações tecnológicas e suas repercussões.

Ainda há textos que procuram revelar o trajeto realizado pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp), pela Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político (Politicom) e por uma entidade que se apresenta neste *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil* pela primeira vez: a Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade (ABP2). O curso de Relações Públicas em nível universitário, embora tenha uma longa trajetória, apenas há cinco é representado pela Abrapcorp, que procura estabelecer um diálogo entre a comunicação organizacional e as relações públicas, incentivando debates acadêmicos que possam delimitar os espaços teóricos dessas duas áreas e que, aqui, são explicitados como foram sendo tecidos ao longo do tempo. A Politicom, por sua vez, foi formada há dez anos, tendo também dez congressos realizados, embora sua primeira diretoria tenha sido eleita há apenas três anos. Essa diferença demonstra o amadurecimento gradativo que se deu em termos de organização dessa área, que além de contar com oito grupos de trabalho, premiação na terceira edição, também participou como apoiadora do I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (I Confibercom). Por último, mas em franca expansão, está a área de Publicidade e Propaganda. O trabalho revela sua dinâmica, mostrando dados das duas primeiras edições de seu Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda (Pró-Pesq PP), realizados em 2010 e em 2011. O desafio é abarcar o ensino e a pesquisa das mais de 400 instituições que, hoje, oferecem o curso de Publicidade e Propaganda em todo país.

Por fim, o último tópico discorre sobre a representatividade das teorias semióticas na abordagem dos fenômenos comunicacionais. Os fóruns nacionais e internacionais que abrigaram os grupos de trabalho de semioticistas dos mais distintos graus de formação constituem a base de referência na contextualização do ano de 2011. No relato, são apresentadas informações sobre a dinâmica de funcionamento dos destacados encontros científicos nos quais a semiótica teve lugar, como o I Confibercom, o XXXIV Congresso da Intercom, o XX Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) e o IV Congresso Regional da Associação de Semiótica Visual (AISV). Ao descrever o dinamismo da pesquisa semiótica nesses encontros, o texto destaca aspectos como a representatividade dos participantes, a distribuição geográfica dos pesquisadores e das instituições, as tendências de análise no campo da Comunicação. Também demonstra como as vertentes teóricas da Semiótica foram empregadas na análise dos objetos midiáticos, resultando, muitas vezes, no estabelecimento de uma rede de relações articulada por diálogos cultivados por pesquisadores da Semiótica que têm a comunicação como objeto de investigação em comum.

Assim, com o conjunto desses trabalhos, esta publicação revela e atualiza mais um panorama do que há de organizado na comunidade academia na área de Comunicação.

Seção 1

CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

Antonio Hohlfeldt[1]
Marialva Barbosa[2]

1 INTRODUÇÃO

A partir de observações críticas, construídas tendo em conta os dados numéricos e a análise das discussões apresentadas no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, promovido pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e realizado na Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), em Recife (PE), em 2011, procuraremos mapear o estado do conhecimento dos estudos de Comunicação no primeiro ano da segunda década do século XXI.

A escolha desse congresso como fórum privilegiado para a construção deste texto justifica-se por vários motivos. Em primeiro lugar, tendo em vista o objetivo do capítulo (mapear, do ponto de vista dos estudos de Comunicação, o estado do conhecimento de natureza interdisciplinar), já que nos congressos da Intercom (tanto no nacional, como nos regionais) são discutidos majoritariamente resultados de pesquisa de natureza interdisciplinar. Em segundo lugar, por ser o maior congresso da área de Comunicação do país, reunindo, anualmente, em torno de quatro mil pesquisadores. Em terceiro, pela natureza da instituição, que se propõe a ser, desde a sua fundação, em 1977, uma sociedade de estudos interdisciplinares da Comunicação. E, em quarto, por ser o fórum mais antigo de discussão acadêmica existente na área de Comunicação no Brasil, carregando todos os signos da tradicionalidade, ao lado do sentido da inovação que deixa antever em suas propostas.

No caso do congresso nacional, os estudos dos por pesquisadores são apresentados no Encontro dos Grupos de Pesquisa (GPs), a maioria já mostrando, na proposta de constituição (evidenciada também nos títulos dos grupos), a natureza interdisciplinar das reflexões. Por isso, neste texto, analisaremos também o *corpus* temático de alguns trabalhos apresentados dos GPs da Intercom[3].

---

1. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e presidente da Intercom (2011-2014). Pesquisador do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e membro do conselho consultivo da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor).

2. Professora titular da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e vice-presidente da Intercom. Pesquisadora do CNPq.

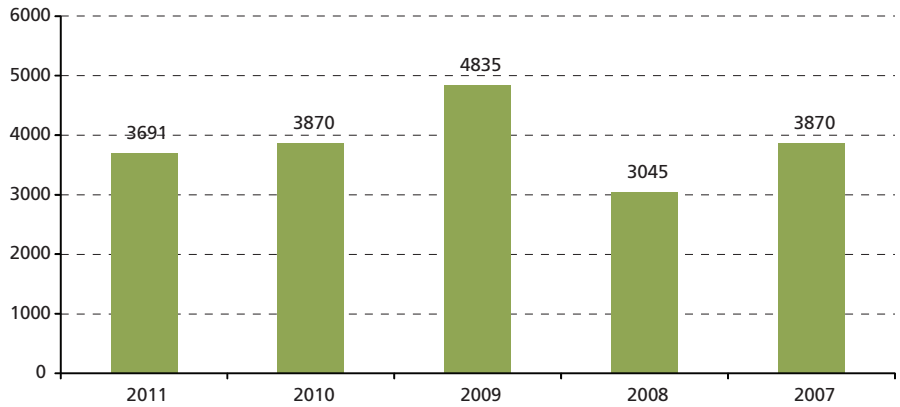
3. Para fins de análise temática das pesquisas estudadas, apresentada na segunda parte deste texto, escolhemos 302 trabalhos apresentados no congresso de 2011, agrupados em duas divisões temáticas (DTs): Jornalismo e Interfaces Comunicacionais. A razão da escolha está explicitada adiante.

2 O CONGRESSO E OS GRUPOS: BREVE CARACTERIZAÇÃO DO ESPAÇO DE DISCUSSÃO

Há mais de trinta anos, convocada pela Intercom, a comunidade acadêmica se reúne, no início do mês de setembro, para discutir os problemas nacionais do campo comunicacional. Reconhecido como "evento de maior importância e tradição na área de Comunicação" e já sendo, hoje, o maior da América Latina e um dos maiores do mundo, o congresso anual da Intercom se legitimou como fórum apropriado para diagnosticar os avanços e os recuos do ensino, bem como para mapear as tendências da pesquisa.

Em 2011, foi realizado em Recife, como parte das comemorações dos 60 anos da fundação da Universidade Católica de Pernambuco e do cinquentenário do curso de Jornalismo daquela instituição. Com 3.691 inscritos, ou seja, com pouco menos de 200 em relação ao congresso de 2010, realizado em Caxias do Sul (RS), o congresso de 2011 reuniu pesquisadores e estudantes de todas as regiões do país e de 13 países localizados na América do Sul, na América do Norte, na Europa e na África. O congresso de Recife foi o maior já realizado pela Intercom na região Nordeste. Se comparado com o de 2008, realizado na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), em Natal (RN), observamos um acréscimo, no número de inscritos, de mais de 600 participantes.

GRÁFICO 1
Congresso nacional da Intercom: número total de inscritos (2007-2011)



No gráfico anterior, pode ser observada a tendência de crescimento dos congressos da Intercom, em termos de número de participantes, nos últimos cinco anos. Enquanto no congresso de 2007, realizado em Santos (SP), o número de inscritos foi de 3.870, no ano seguinte, em Natal, observamos um decréscimo, em função da localização do evento, já que tradicionalmente, no Nordeste, a participação é menor. Em 2009, no congresso realizado em Curitiba, houve a maior

participação histórica no evento: 4835 inscritos. Em 2010, em Caxias do Sul, há também uma expressiva participação – 3.870 inscritos – e, em 2011, em Recife, atingiu-se o número de 3.691 estudiosos oficialmente inscritos. Excetuando, portanto, o congresso de 2009, observa-se uma tendência de o congresso situar-se em torno dos 3.800 participantes, o que faz dele um dos maiores eventos da área de Ciências Humanas no país.

TABELA 1
Síntese dos inscritos no congresso da Intercom de 2011 (por titulação)

Titulação	Número de inscritos
Graduados e recém-graduados	1.852
Especialistas	85
Mestres	245
Mestrandos	376
Doutorandos	228
Doutores	473
Livre-docentes	20

Fonte: Relatório Intercom 2011.

A tabela anterior sintetiza, em termcos de titulação, os participantes do congresso de 2011. Ao lado de um grande número de inscritos que está apenas iniciando a carreira acadêmica (1.852, entre graduandos e recém-graduados), há uma parcela expressiva de alunos e pesquisadores de pós-graduação: mestrandos, mestres, doutores, doutorandos e livre-docentes somam 1.342 participantes, o que indica a importância do congresso para o debate acadêmico, no que diz respeito à pós-graduação.

Outra marca do congresso foi a quantidade de trabalhos apresentados nos fóruns destinados a professores e alunos de pós-graduação (XI Encontro dos Grupos de Pesquisa[4], que reuniu 29 grupos) e naqueles destinados aos alunos de graduação (Intercom Júnior). Do total de 1.677 textos recebidos, 1.055 direcionaram-se aos GPs, com representação de todos os programas de pós-graduação em Comunicação do país (40). Foram aceitos 948 trabalhos para serem discutidos.

4. Os GPs resultaram da reestruturação dos antigos grupos de trabalho (GTs), realizada no ano 2000, e da criação das divisões temáticas, realizada em 2008, com a finalidade de reunir pesquisadores interessados em temáticas dotadas de legitimação acadêmico-profissional ou que representam objetos demandando elucidação teórico-metodológica, visando a estabelecer o diálogo e a fomentar a pesquisa, contribuindo para troca a efetiva de conhecimentos e para a evolução do conhecimento em Comunicação no Brasil. São agrupados em torno de oito DTs: Jornalismo; Publicidade e Propaganda; Relações Públicas e Comunicação Organizacional; Comunicação Audiovisual; Comunicação Multimídia; Interfaces Comunicacionais; Comunicação, Espaço e Cidadania; Estudos Interdisciplinares.

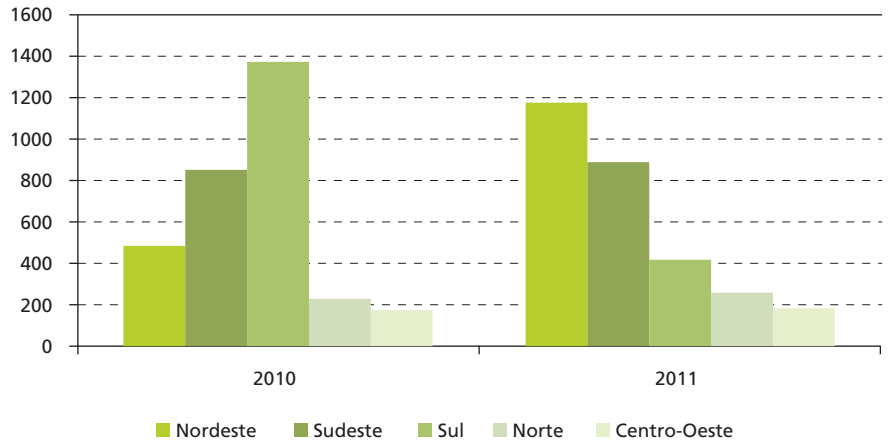
TABELA 2
Trabalhos recebidos e aceitos no congresso da Intercom de 2011

Eventos	Trabalhos recebidos	Trabalhos aceitos
Colóquio Brasil-Argentina	31	20
Grupos de pesquisa (GPs)	1055	948
Intercom Júnior	551	499
Publicom	40	36
Total	**1.677**	**1.503**

Fonte: Relatório Intercom 2011.

Considerando os trabalhos aceitos em todas as modalidades e comparando esses números com o congresso de 2010, houve um aumento no número dos trabalhos apresentados nos GPs, mesmo se tratando de um congresso realizado no Nordeste, o que normalmente dificulta a participação dos pesquisadores do Sul e do Sudeste do país, sempre os mais presentes em todas as edições. Em termos de participação por região, o Nordeste (com 1.172 participantes) foi a região com o maior número de congressistas, seguida do Sudeste (886) e do Sul (416). Em que pese a distância geográfica, a região Sul, com 416 participantes, foi a terceira em termos de presença no congresso. Observamos também expressivo aumento dos participantes da região Norte (257), como resultado dos fortes investimentos que a Intercom vem realizando nessa região. Mesmo com o decréscimo em termos de participação geral, observa-se acréscimo no número dos trabalhos encaminhados e aceitos para apresentação em todas as modalidades. Em relação aos trabalhos recebidos, enquanto, em 2010, o total chegou a 1.547, sendo selecionados 1.319 trabalhos, em 2011, foram recebidos 1.677 trabalhos, sendo selecionados 1.503.

GRÁFICO 2
Total de participantes (por região) nos congressos da Intercom de 2010 e de 2011



Fonte: Relatório Intercom 2011.

Entre os grupos mais procurados, destacam-se: Comunicação e Culturas Urbanas, com 71 trabalhos recebidos; Rádio e Mídia Sonora, com 54 trabalhos e Comunicação para a Cidadania, com 50. No quadro a seguir, apresentamos os 29 GPs da Intercom.

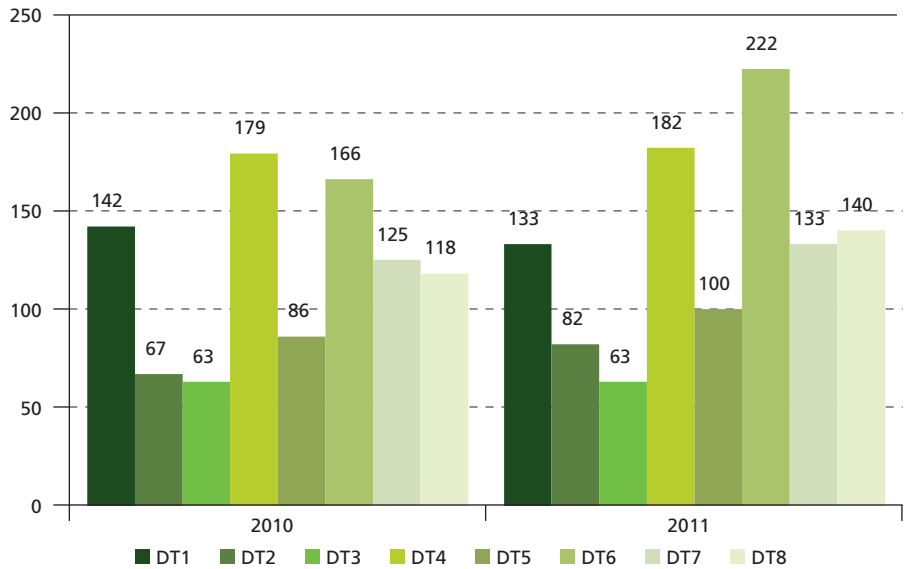
TABELA 3
GPs da Intercom

Divisões temáticas	Grupos de pesquisa	Coordenador e ano de início do mandato
DT 1 – Jornalismo	GP Gêneros Jornalísticos	José Marques de Melo (2009)
	GP Jornalismo Impresso	Elza de Oliveira Filha (2009)
	GP Teoria do Jornalismo	Felipe Pena de Oliveira (2009)
	GP História do Jornalismo	Aline do Amaral Garcia Strelow (2011)
	GP Telejornalismo	Iluska Maria da Silva Coutinho (2009)
DT 2 – Publicidade e Propaganda	GP Publicidade e Propaganda	Maria Lilia Dias de Castro (2011)
DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional	GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional	André Quiroga Sandi (2011)
DT 4 – Comunicação Audiovisual	GP Cinema	Samuel José Holanda de Paiva (2009)
	GP Televisão e Vídeo	Ana Silvia Lopes Davi Médola (2010)
	GP Fotografia	Dulcília Helena Schroeder Buitoni (2009)
	GP Ficção Seriada	Maria Cristina Palma Munglioli (2011)
	GP Rádio e Midia Sonora	Nair Prata Moreira Martins (2011)
DT 5 – Comunicação Multimídia	GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas	Cosette Espíndola de Castro (2009)
	GP Cibercultura	Fátima Cristina Régis Martins de Oliveira (2010)
DT 6 – Interfaces Comunicacionais	GP Comunicação e Educação	Ademilde Silveira Sartori (2010)
	GP Comunicação e Esporte	Márcio de Oliveira Guerra (2009)
	GP Comunicação e Culturas Urbanas	Rosamaria Luiza (Rose) de Melo Rocha (2009)
	GP Folkcomunicação	Cristina Schmidt Pereira da Silva (2009)
	GP Produção Editorial	Ana Claudia Gruszynski (2009)
DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania	GP Comunicação para a Cidadania	Cláudia Regina Lahni (2011)
	GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local	Maria Salett Tauk Santos (2009)
	GP Geografias da Comunicação	Sonia Virgínia Moreira (2009)
	GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina	Maria Cristina Gobbi (2009)
DT 8 – Estudos Interdisciplinares	GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade	Isaltina Maria de Azevedo Mello Gomes (2009)
	GP Comunicação, Turismo e Hospitalidade	Rafael José dos Santos (2009)
	GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura	Valério Cruz Brittos (2009)
	GP Políticas de Comunicação e Cultura	Juçara Gorski Brittes (2011)
	GP Semiótica da Comunicação	Regiane Miranda de Oliveira Nakagawa (2011)
	GP Teorias da Comunicação	Osvando José de Morais (2010)

Fonte: Relatório Intercom 2011.

O gráfico seguinte mostra o crescimento no número de trabalhos apresentados nos grupos de pesquisa (agrupados por divisões temáticas), comparando os números dos congressos de 2010 e de 2011. O aumento significativo da DT 6, exatamente a que reúne o maior número de trabalhos com escopo claramente interdisciplinar, se deu também em função do crescimento expressivo e progressivo do GP Comunicação e Culturas Urbanas, que recebeu o maior número de trabalhos de todos os grupos (71). Observamos também um crescimento, ainda que não na mesma intensidade, da DT 8, sobretudo em função da maior procura dos pesquisadores pelos grupos Políticas e Estratégias da Comunicação e Teorias da Comunicação.

GRÁFICO 3
Trabalhos recebidos nos congressos da Intercom de 2010 e de 2011



Fonte: Relatório Intercom 2011.

3 COMUNICAÇÃO, UMA INTERDISCIPLINA?

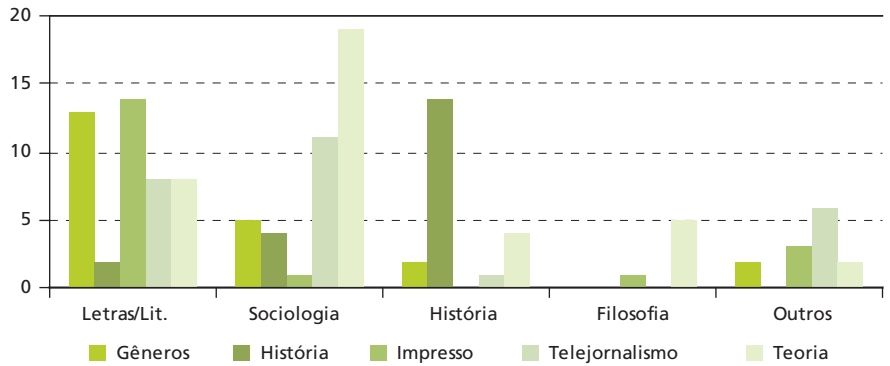
A questão da característica da pesquisa em Comunicação é tema recorrente entre os pesquisadores da área. Enquanto uns advogam que os estudos de Comunicação, em face de natureza histórica da conformação do campo, são interdisciplinares, outros afirmam que o que deve governar os estudos comunicacionais é a noção de transdisciplinaridade. Há ainda os que asseguram ser a Comunicação por natureza multidisciplinar[5].

5. Sobre a característica epistemológica do campo da Comunicação e sua definição como interdisciplinar, transdisciplinar ou multidisciplinar, consultar as obras de Lopes (2003), de Martino (2007) e de Hohlfeldt, Martino e França (2001), entre outros.

Sem querer entrar nesse debate de natureza epistemológica, estamos considerando que as partilhas teóricas entre dois ou mais lugares disciplinares elevam um estudo à condição de interdisciplinar. Nesse sentido, neste segundo momento do texto, vamos traçar um diagnóstico dos trabalhos apresentados em duas divisões da Intercom, totalizando 302 trabalhos. A primeira divisão a ser analisada é a DT 1 – Jornalismo –, e a segunda é a 6 – Interfaces Comunicacionais[6].

A partir dos estudos apresentados na DT 1, que reúne, em cinco grupos distintos, os estudos de jornalismo, nas dimensões histórica, teórica, textual e disciplinar, observamos claramente os diálogos entre disciplinas que se sobressaem: Letras/Literatura e Sociologia. O gráfico a seguir sintetiza essas aproximações expressas nos textos apresentados na DT 1. Devemos ressaltar que, embora haja essas interfaces, evidencia-se a preocupação crescente, em todos os grupos, de desenvolver um referencial teórico e metodológico específico, mostrando que a característica de interdisciplina da Comunicação não significa a sua desconstrução como saber científico específico e reconhecido.

GRÁFICO 4
DT 1 – Jornalismo: diálogos disciplinares



Dos 126 trabalhos apresentados na DT 1, 46 deixavam antever diálogos evidentes com a área de Letras/Literatura/Teoria Literária. Em segundo lugar, o diálogo interdisciplinar mais expressivo se deu com a Sociologia (40), seguido da História (21) e de Filosofia/Ética (7). Treze foram classificados como Outros, incluindo aproximações com a Política (2) e com a Antropologia (2), sendo que os nove restantes usaram, de maneira exclusiva, referenciais específicos do jornalismo.

6. A escolha das duas divisões deu-se por critérios opostos: a primeira por reunir os trabalhos mais tradicionais da área, já que englobam as pesquisas em torno do jornalismo; a segunda deveu-se ao fato de reunir grupos que se definem por "interfaces comunicacionais", ou seja, aqueles que estabelecem suas propostas teóricas a partir de aproximações estreitas com outros campos de saberes que, em contato com a Comunicação, constroem áreas de aderência, interfaces que se tocam, se complementam, mas têm um lugar próprio no espaço.

Observa-se também que, do ponto de vista particular de cada grupo, a maior aproximação com a Sociologia deu-se no GP Teoria do Jornalismo (19), enquanto que o GP Gêneros Jornalísticos (13) e o GP Jornalismo Impresso (14) se aproximaram mais de Letras/Literatura. Isso pode ser explicado também pela natureza dos estudos realizados em cada um desses grupos: enquanto em Teoria há uma expressiva reflexão em torno da sociologia das profissões, em Gêneros Jornalísticos, pela característica das abordagens em torno de uma teoria própria dos gêneros, há uma aproximação natural com a área de Letras. Já no que diz respeito ao meio impresso, a supremacia de estudos em torno das análises de coberturas produz a aproximação natural com as teorias da linguagem.

Em terceiro lugar, nas aproximações disciplinares, vem a História, mas isso é uma decorrência quase natural, pelo fato de haver, na divisão, um grupo específico de História do Jornalismo, o que faz com que a quase totalidade dos trabalhos apresentados no GP tenha uma aproximação mais evidente com essa disciplina: dos 20 trabalhos do GP, 14 usavam pontes teóricas da História (ainda que procurassem refletir sobre a historicidade do jornalismo a partir de um lugar comunicacional próprio), quatro trazem referenciais sociológicos e dois outros incluíam referenciais da área de Letras.

Apesar dessas aproximações conceituais, há a preocupação, em todos os grupos, de utilizar ou construir um referencial teórico cada vez mais específico das Ciências da Comunicação, com a criação de aportes conceituais que se alicerçam nos saberes que emanam do campo, após mais de quatro décadas de reflexão – isso, se considerarmos como ponto nodal dessas reflexões o surgimento das primeiras pós-graduações da área. Ou seja, o fato de haver essas trocas disciplinares não significa que o campo não esteja produzindo um referencial próprio para estudar seus processos e suas práticas.

Analisando os trabalhos apresentados na DT 1, observamos a preocupação, não só com a construção de abordagens preferenciais, que deem conta da análise do campo científico da Comunicação, como também de construções teóricas singulares. Exemplo dessa tendência é a delimitação de conceitos, tais como gênero jornalístico, discurso jornalístico, categorias narrativas jornalísticas, história dos sistemas de comunicação, estudos de enquadramento, existência comunicacional, geopolítica da imprensa, mediadores públicos, interatividade midiática, além de todo o referencial das teorias do jornalismo, entre dezenas de outros.

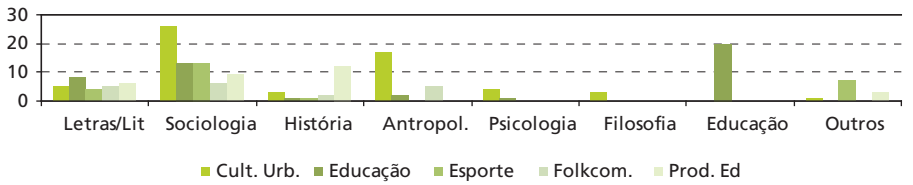
Do ponto de vista das abordagens metodológicas, há nítida preferência pelas diversas tipologias de análise de discurso e pela análise de conteúdo. Há também estudos narratológicos e comparados. Há que se referir, ainda, a ênfase dos estudos de telejornalismo em duas direções principais: as abordagens que solidificam os referenciais específicos da área (como, por exemplo, a definição dos gêneros televisivos e subgêneros, como produtos culturais, a análise minuciosa dos proces-

sos e das rotinas produtivas, etc.) e aquelas que relacionam a questão da identidade (e memória, muitas vezes) com os processos do telejornalismo.

Feita a análise da natureza dos trabalhos apresentados na DT de Jornalismo, nos ocuparemos, agora, da divisão que enuncia sua característica interdisciplinar, a partir da ideia de interfaces: a DT 6, que engloba cinco grupos de pesquisa: Comunicação e Educação; Comunicação e Esporte; Comunicação e Culturas Urbanas; Folkcomunicação e Produção Editorial. Nessa divisão, foram recebidos 222 trabalhos, e aceitos 176. É esse universo que analisaremos a seguir.

É possível observar, em todos os GPs da DT 6 – Interfaces Comunicacionais –, duas tendências gerais: a aproximação de muitos textos de vários universos teóricos de maneira concomitante (inclusive dos chamados subcampos da Comunicação) e, tal como ocorre também em relação aos trabalhos da DT de Jornalismo, a preocupação em construir um universo conceitual próprio, oriundo das reflexões em torno de múltiplos processos comunicacionais. Em termos de trocas interdisciplinares, encontramos o quadro sintetizado no gráfico a seguir:

GRÁFICO 5
DT 6 – Interfaces Comunicacionais: diálogos disciplinares



De maneira geral, podemos dizer que a divisão Interfaces Comunicacionais se caracteriza essencialmente pela construção de universos teóricos oriundos de múltiplas disciplinas. Assim, a maioria dos trabalhos utiliza referenciais, muitas vezes, de mais de um campo de estudo, sendo aqui claramente caracterizada a construção teórica da Comunicação como uma multidisciplina.

Esquematicamente, o gráfico anterior representa as tendências dominantes dos trabalhos apresentados nos cinco GPs. Apenas para fins de classificação, identificamos os diálogos mais presentes nos textos que analisamos.

Nesse sentido, a interface mais constante continua sendo com o universo sociológico, contido em 26 trabalhos do GP Culturas Urbanas, 13 trabalhos do GP Comunicação e Educação, igual número no GP Comunicação e Esporte, 6 trabalhos do GP Folkcomunicação e 9 trabalhos do GP Produção Editorial. Em segundo lugar, vem a área de Letras/Literatura/Teoria Literária que, de maneira quase equânime, apareceu como filiação conceitual em Culturas Urbanas (5), Educação (8), Esporte (4), Folkcomunicação (5) e Produção Editorial (8).

Alguns grupos constroem também a especificidade de seus diálogos claramente optando por uma disciplina. Este é o caso do GP Comunicação e Culturas Urbanas, no qual a aproximação com a Antropologia é mais evidente (dos 59 trabalhos, 17 apresentam claramente tal filiação), e do GP Produção Editorial, cuja inclusão de trabalhos na tradição da história do livro e da leitura levou à aproximação com o universo teórico-conceitual da História de maneira ampla (dos 30 trabalhos apresentados, 12 utilizam prioritariamente abordagens filiadas teoricamente à História).

No caso do GP Comunicação e Educação, a aproximação mais evidente é com a própria Educação. Mas aqui observamos uma peculiaridade: dos 20 trabalhos em que essa interseção está explícita, há, na maioria, a preocupação de construir o campo teórico a partir de reflexões emanadas da Comunicação (é o caso, por exemplo, dos estudos de educomunicação e de mídia-educação, entre outros).

No GP Comunicação e Esporte, observamos outra particularidade: a aproximação de sete dos 23 trabalhos apresentados com outros subcampos da Comunicação. São trabalhos que utilizam conceitos das teorias do Jornalismo, da Comunicação Organizacional, das Políticas de Comunicação ou que realizam estudos comparados de coberturas.

Já no GP Folkcomunicação pode ser detectada, na maioria dos trabalhos apresentados, a preocupação em referendar o lugar de reconhecimento das teorias folkcomunicacionais, seja por meio da ampliação de suas bases teóricas e metodológicas, seja rememorando a implantação da disciplina em sua historicidade e os processos de construção de suas teorias na dimensão da originalidade do subcampo. No que se refere aos diálogos disciplinares, três áreas se sobressaem: Sociologia (6), Antropologia (5) e Letras/Literatura/Teoria Literária (5). A relação com esses três universos conceituais é perfeitamente explicável em razão da proposta do grupo: estudando fortemente as culturas populares, pelo foco das teorias de folkcomunicação, a aproximação com análises etnográficas e com o conceito de cultura, emanado da Antropologia, reverbera diretamente nos seus estudos. Por outro lado, reflexões sobre regionalismos em contraponto com as questões da globalização, ao lado da problemática da construção de identidades, insere o universo sociológico nas pesquisas do grupo. E, por último, há ainda trabalhos que se filiam à semiologia dos discursos sociais, que analisam os discursos folkcomunicacionais numa perspectiva da teoria dos discursos ou utilizam como ferramenta metodológica a análise de conteúdo, o que produz a aproximação com o universo teórico das Letras.

Em relação à característica de diversidades de aproximações teóricas, o GP Comunicação e Culturas Urbanas foi o que apresentou aproximações com um maior número de disciplinas: Sociologia (26), Antropologia (17), Letras (5), Psi-

cologia (4), História (3) e Filosofia (3). Outra característica digna de nota do GP é a interface múltipla recorrente em muitos de seus trabalhos (Sociologia-Antropologia; Antropologia-Política; Sociologia-Letras; Antropologia-História; História-Filosofia; Antropologia-Artes, etc.), bem como a repetição de determinadas temáticas.

A dimensão do estudo do quotidiano das cidades (ou das urbanidades, como é substantivado pelo grupo) relaciona-se às culturas do consumo (8), às culturas juvenis (11), às sonoridades (10), à questão do corpo (6), às narrativas (6), às experiências estéticas e éticas (12), às subjetividades e à diferença (6). Ao lado do tema da juventude, sobressai, portanto, a discussão das múltiplas sonoridades no espaço urbano, o que produz a relação de 10 dos trabalhos apresentados com a questão da música e do entretenimento.

Mas cada um dos cinco grupos da DT 6, assumindo a posição teórica das interfaces – ou seja, pesquisas que dialogam e apresentam claramente esses diálogos com múltiplos campos de conhecimento –, produz uma reflexão densa em torno de processos de comunicação, que se realizam nas cenas urbanas, no mundo rural, nos estádios de futebol, nas salas de aula, nas formas de leitura ou que se apresentam claramente expressas nos meios de comunicação, lugar onde todas as faces dessas múltiplas interfaces se expressam.

Em relação às metodologias adotadas, também a marca das interfaces aflora nos grupos. Enquanto o GP Comunicação e Culturas Urbanas prioriza os estudos etnográficos, o GP Comunicação e Educação privilegia as análises de coberturas, dos discursos midiáticos e a pesquisa de campo. Já o GP Produção Editorial centra suas abordagens nas metodologias da História ou na análise das visualidades dos produtos editoriais midiáticos. No GP Comunicação e Esporte, por outro lado, sobressaem as análises de cobertura e discursivas, enquanto que no GP Folkcomunicação há uma maior distribuição das ferramentas metodológicas: análises de cobertura, etnografias, análise de discursos, entre outros.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este breve painel, realizado a partir de 302 dos 948 trabalhos apresentados no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, permite-nos alcançar algumas conclusões em relação aos estudos de Comunicação realizados hoje no país.

Observa-se, em primeiro lugar, uma troca entre disciplinas, que se constitui quase como marca dos estudos de Comunicação, mas na procura por estabelecer, a partir desses diálogos, reflexões próprias do universo comunicacional, configurando-se o campo como portador de um saber específico. Disso resulta a construção de conceitos singulares e a proliferação de universos teóricos que se sedimentaram consideravelmente, sobretudo na última década.

Além da análise das práticas dos sujeitos nos espaços de suas localizações, governada pela centralidade dos meios de comunicação – o que coloca, quase naturalmente, a questão midiática no centro das análises –, os estudos enfocam os processos midiáticos em toda a sua complexidade: desde aqueles que querem descortinar os modos de dizer e de fazer dos meios até aqueles que analisam as textualidades que afloram das mídias, entre dezenas de outras possibilidades analíticas.

Há de se referir também à explosão de determinadas temáticas que fazem parte de um expressivo universo reflexivo e de algumas preocupações que estão em processo de crescimento, sobretudo nos últimos anos. Como primeira tendência, é possível identificar os estudos das práticas e dos processos de comunicação de grupos específicos, localizados ou não na cena urbana: são estudos envolvendo jovens, mulheres e minorias as mais diversas, em seus processos de comunicação, ou estudos de consumo, por exemplo.

Em crescimento, também localizamos os estudos envolvendo as sonoridades como universo do campo da Comunicação, bem como o cruzamento da temática do esporte com aportes teóricos e metodológicos de diversos subcampos da Comunicação. Trata-se, claramente, de temas em ebulição.

Como que se antecipando aos temas e aos modos de pesquisa, a Intercom divulga a temática de seus congressos anuais. Assim, a juventude, que hoje ocupa a centralidade do GP Comunicação e Culturas Urbanas, foi tema do congresso de 2010; do mesmo modo, a questão da pesquisa empírica recebeu o destaque em 2011. Diante de um universo crescente da discussão da interface comunicação e esporte, a temática de 2012 não poderia deixar de ser "Esportes na Idade Mídia: diversão, informação e educação".

REFERÊNCIAS

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO Luiz C.; FRANÇA, Vera (orgs.). *Teorias da Comunicação*: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003.

MARTINO, Luiz C. (org.). *Teorias da Comunicação*: muitas ou poucas? São Paulo: Ateliê, 2007.

Seção 2

CIBERCULTURA

CIBERCULTURA

Eugênio Trivinho[1]

1 TRAJETÓRIA DE REALIZAÇÕES PRINCIPAIS

A Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber)[2], entidade científica e cultural interdisciplinar e sem fins lucrativos, com sede em São Paulo (SP), efetivou, em seus cinco anos de existência e de trabalho institucionalizado, além de sua inserção no sistema jurídico nacional – mediante registro em cartório da praça de sua fundação, São Paulo –, inúmeras realizações institucionais, organizativas e acadêmicas, que se traduziram em avanços e conquistas em prol de seu desenvolvimento e de sua consolidação no país, bem como do campo de estudos interdisciplinares da Cibercultura, e que convém, para todos os efeitos de informação e partilha pública, repertoriar, conforme segue, *tout court*.

As diretorias referentes aos biênios 2007-2009 e 2009-2011, as primeiras da associação, deram provisão a cinco simpósios nacionais – realizados na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), os dois primeiros, na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), respectivamente –, dez reuniões do Conselho Científico Deliberativo (CCD) – incluindo *ad hoc* a conferência pré-associação realizada no primeiro semestre de 2007 – e cinco assembleias gerais de associados – sendo uma extraordinária, para fundação jurídica da entidade. Nesse período, foram conquistadas as chancelas de auxílio a eventos científicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (Faperj), da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa (Fapesc) e do Itaú Cultural; e emitidas duas importantes notas públicas em defesa da liberdade da internet no país. No biênio 2009-2011, foi implantada a Comissão Especial de Assessoramento sobre Política Digital e da Internet no Brasil (CEA-Política), responsável pela segunda nota pública referida e pela proposição da Carta de Princípios para a atuação da ABCiber em relação à dimensão política das tecnologias e das redes digitais. A associação encetou colaboração com o Comitê Gestor da Internet, participando,

1. Professor da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e presidente da ABCiber, no biênio 2009-2011.
2. O site da associação está disponível no seguinte endereço: www.abciber.org.

como membro do setor acadêmico, do Comitê de Mobilização do I Fórum da Internet no Brasil, realizado em São Paulo, em outubro de 2011. A gestão do biênio 2007-2009 promoveu, por meio de sua diretoria editorial – com assessoramento de André Fransozi Kishimoto, *webmaker*, associado efetivo da ABCiber e membro do Centro Interdisciplinar de Pesquisas em Comunicação e Cibercultura (CENCIB) da PUC-SP –, o desenvolvimento completo e a manutenção do site institucional, objeto de novo projeto gráfico na gestão subsequente (2009-2011), a ser implementado em breve, com modulações e avanços eventualmente necessários. No primeiro biênio, a associação consolidou, ainda, sua identidade visual e sua logomarca oficiais, mediante a realização de concurso interno, vencido por Paulo Alves de Lima, *webdesigner*, mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e também associado da entidade e membro do CENCIB/PUC-SP.

Entre 2009 e 2011, a diretoria desencadeou o Programa Institucional de Incentivo à Produção Científica e Cultural da ABCiber, formado por dois projetos promissores: a Coleção ABCiber de Textos de Cultura Digital e o Projeto Curatorial e Editorial de Poéticas Digitais (nomenclatura referencial preliminar), este último em estágio avançado e a ser ultimado nos próximos meses[3]. Em 2009 e em 2010, foram publicados os dois primeiros volumes da Coleção (e-books online), com dezenas de textos de referência e nucleação teórica do campo de estudos da Cibercultura[4].

Em 2007, a ABCiber iniciou parceria interinstitucional com a Federação Brasileira de Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom), entidade à qual está filiada e de cujas reuniões de conselho, seminários de integração e eventos científicos vem participando com regularidade. Entre 2010 e 2011, a ABCiber integrou o Comitê Executivo Nacional da Comissão Organizadora Central do I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (Confibercom), realizado na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), no período de 31 de julho a 4 de agosto de 2011, colaborando, com apoio do CENCIB/PUC-SP, para a definição da identidade visual do congresso e para a consolidação e a manutenção do respectivo site institucional e do sistema online de inscrição e pagamentos. A ABCiber organizou, nesse mesmo congresso, a sessão temática (ST) de Cibercultura, que recebeu quase 100 trabalhos de autores brasileiros e estrangeiros, dentre os quais 80 foram aprovados em processo de rigoroso *peer review* e 60 foram efetivamente apresentados.

3. Informações adicionais podem ser encontradas em: abciber.org/projeto.html.

4. O volume 1, organizado por Eugênio Trivinho e Edilson Cazeloto, está disponível em: www.abciber.org/publicacoes/livro1. O volume 2, organizado por Eugênio Trivinho e Angela Pintor dos Reis, com apoio da equipe do CENCIB/PUC-SP, encontra-se em: www.abciber.org/publicacoes/livro2.

No biênio 2009-2011, observou-se, além da reconfiguração do CCD, com a indicação de novos membros em novembro de 2010, a expansão do quadro de associados – atualmente, em torno de 200 – e de associados efetivos – membros elegíveis; hoje, 40 –, entre outras realizações igualmente relevantes.

2 O CAMPO DA CIBERCULTURA: CARACTERIZAÇÃO SUCINTA E TENDÊNCIAS

Passados cinco anos de articulação e nucleação nacional das pesquisas sobre temáticas abrangidas pela noção de cibercultura, tomada no sentido mais amplo, como categoria de designação da fase contemporânea do capitalismo mediatizado, poder-se-ia até indagar se, de fato, se trata de um campo científico e cultural definido. O questionamento, em tudo honesto e pertinente, foi feito em reunião extraordinária do CCD, realizada na PUC-SP, em 8 de novembro de 2011, encontro cujos participantes chegaram a ponderar sobre a validade e a atualidade (ou não) do conceito de cibercultura, seja como chave epistemológica para a compreensão da realidade corrente, seja como cláusula abrangente e representativa de um conjunto de pesquisas diferenciadas envolvendo, como objeto ou como pressuposto fundamental deste, tecnologias e redes interativas, de par com as suas formas de apropriação social e cultural, igualmente multifacetadas. Os participantes alcançaram a conclusão – a parecer evidente, embora nem tanto, do ponto de vista teórico e filosófico – de que o conceito de cibercultura, tal como concebido e praticado na e pela ABCiber – nos termos de seu estatuto – ainda encerra ampla validade e assim poderá perdurar por mais tempo, haja vista que, em seu arco de significação, é capaz de acolher, de modo satisfatório, todos os mencionados estudos. Que se trate de uma "área" científica, cultural e profissional – área: termo volátil, menos epistêmico e mais político-estratégico –, parece menos afeito a dúvidas. Que se conforme, alternativamente, como "campo" – com "fronteiras estritas e definidas" –, isto pode realmente atrelar-se a elas. Independentemente disso, a resposta a tal questionamento tem sido, ao contrário, afirmativa, sob lastro nos anos de trabalho e de expansão da atuação da ABCiber no Brasil.

A associação anima o desenvolvimento de um campo cognitivo até certo ponto bem recortado pelo ângulo de suas temáticas recorrentes e preponderantes, mas poroso e ultraflexível, mais que interdisciplinar – multi ou transdisciplinar –, muito diverso internamente e, por isso, difícil de ser apreendido numa ou por uma síntese unitária – aquilo que, em termos modernos, marca ortodoxa e justamente um campo de conhecimento. O campo da Cibercultura tem diversos eixos ou centros epistêmicos e inúmeros objetos, muitos deles recicláveis a temporalidades curtas. Com efeito, tais fatores internos constituem certamente a sua maior riqueza[5].

5. Em razão do espaço diminuto, a matéria fia aqui sinalizada a largos traços. Evidentemente, ela será foco de novos desdobramentos reflexivos e institucionais na ABCiber.

2.1 Tendências temáticas e de discussão predominantes

Seja como for, o campo da Cibercultura tem expressado (e se caracterizado por) tendências predominantes de pesquisa, muitas vezes relativas a "objetos rebeldes", que existem em um par de anos e, em seguida, se desintegram, sem vestígios importantes; e que, impermeáveis, não se deixam apreender *in totum*, em sua natureza, *modus operandi* e significação, bem como em suas relações e consequências, por vezes resistindo aos olhos dos pesquisadores ao transcender esforços sistemáticos de um entendimento mais racionalizado.

Não nesta mesma ordem (e não com as mesmas palavras) e ainda sob o risco de esquecimento de algum dado fundamental, essas tendências predominantes recobrem:

a) a reconfiguração infomediática da sociedade, da cultura, da economia e da política;

b) a reconfiguração audiovisual dos *media* legados pelo século XX (não somente os eletrônicos);

c) as linguagens emergentes, centradas no digital, no interativo e no universo online;

d) os estudos sobre comportamento, sociabilidade e alteridade virtuais;

e) as tecnologias móveis, a mobilidade (sobretudo relacionadas ao urbano, ao corpo e à subjetividade);

f) as práticas de ciberativismo, "hacktivismo", mídia livre e midialivrismo;

g) a governança (do Estado, em vários níveis), a governabilidade (em geral) e a participação social e política;

h) a inclusão digital e a inclusão sociocultural;

i) as redes sociais, em seus múltiplos ângulos e aspectos (*Twitter*, *Facebook*, *Orkut*, *Flickr*, etc.);

j) os blogs e a blogosfera, especialmente vinculados a temáticas políticas e culturais;

k) a estética e a arte digital;

l) os games e o entretenimento virtual;

m) a metodologia empírica de pesquisa no ciberespaço (em todas as suas necessidades e variações), entre outras tendências cruzadas e importantes que perfazem o campo.

Ao se sobrelevar o caráter inovador e palpitante dessas tendências, especialmente em razão dos prismas teórico-epistemológicos e metodológicos mobilizados, não pode escapar a um registro atento e sistemático, com efeito, o fato de que, nelas, ainda comparecem muito poucas pesquisas centradas no interesse fundamental da crítica como instrumento teórico e epistemológico de trabalho e de vida no capitalismo virtualizado e cognitivo contemporâneo, realidade de exclusão e segregação como regra.

3 HORIZONTES DA ABCIBER

As conversações realizadas na reunião extraordinária do CCD, na PUC-SP, em 8 de novembro de 2011, contemplaram e fixaram o que, pela experiência ao longo dos anos relatados, se implica na base do desdobramento e dos horizontes da ABCiber na presente década e que pode ser traduzido num conjunto de vetores para sua expansão e consolidação consistentes, no Brasil e em âmbito internacional. São eles (em sequência hierárquica igualmente não necessária):

a) a intensificação do processo de internacionalização institucional, acadêmica e cultural da entidade;

b) a continuidade e ampliação do raio de sua atuação política (*lato sensu*) no tocante à *res* digital e interativa;

c) a nucleação da associação e do campo da Cibercultura nas cinco macrorregiões da federação;

d) a preservação elevada da rigorosidade científica da associação (em todos os contextos, especialmente no que se refere à avaliação por pares dos trabalhos inscritos nos simpósios nacionais);

e) a continuidade da discussão sobre (e da influência na) Tabela de Área de Conhecimento (para previsão definitiva dos estudos de Cibercultura – não com esta mesma nomenclatura, evidentemente – como Área de Conhecimento, sob a evidência de que o digital e o interativo articulam a sociedade, a cultura, a política e a economia, na esfera do trabalho e do lazer, em escala transnacional);

f) o desenvolvimento da Coleção ABCiber de Textos de Cultura Digital, com a publicação seriada de e-books online;

g) a implementação do Projeto Curatorial e Editorial de Poéticas Digitais (iniciado na gestão 2009-2011 e em estágio avançado de normatização);

h) a renovação periódica do Conselho Científico Deliberativo (com a integração de novos pesquisadores, para arejar essa importante instância institucional interna);

i) a ampliação progressiva do número de associados efetivos (com mais de dois anos de vínculo), alterando-se profundamente a configuração política da entidade na perspectiva de sua diversidade intrainstitucional (somente associados efetivos podem ser eleitos para a diretoria e atuar no CCD);

j) a reconfiguração gráfica e hipertextual do site institucional (também posta em avanço na gestão 2009-2011 e em fase de finalização), entre outros vetores organizatórios proeminentes.

Muitos desses vetores, que especificam antecipadamente cenários concretos para a ABCiber e dos quais ela pode se valer para a sua prosperidade continuada, foram acolhidos no plano de gestão da diretoria, referente ao biênio 2011-2013.

4 CEA-POLÍTICA

No biênio 2009-2011, a ABCiber implantou – conforme sinalizado no tópico 1 – a sua Comissão Especial de Assessoramento sobre Política Digital e da Internet no Brasil, identificada pela sigla CEA-Política. A iniciativa de criação dessa comissão foi das mais fundamentais, a contar pelos apontamentos adiante, e, não por outros motivos, a matéria recobrou menção entre os primeiros vetores de atuação e de desenvolvimento da associação, mencionados acima.

O instituto da CEA-Política integrou o plano de gestão apresentado à II Assembleia Geral, realizada na ESPM, em 13 de novembro de 2009. O projeto da comissão foi posteriormente discutido e maturado na associação, em três ocasiões especiais: na VI Reunião do CCD – realizada na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (Facom/UFBA), em 27 de maio de 2010 –, na qual obteve entendimento unânime acerca de sua necessidade e de seus princípios; na III Assembleia Geral – Escola de Comunicação (ECO) da UFRJ, 2 de novembro de 2010 –, na qual foi homologada; e na VII Reunião do CCD – ECO/UFRJ, 3 de novembro de 2010 –, em que a discussão sobre o instituto foi finalizada.

A criação da CEA-Política teve por objetivo lastrear, com integral consistência institucional, a atuação política (sempre *lato sensu*) da associação, em matérias macroestruturais (nacionais e internacionais), ligadas às tecnologias digitais e à internet – objetivo previsto pela presidência para implementação já no biênio 2007-2009, mas que se viabilizou somente a partir da totalização dos procedimentos de inserção da entidade no sistema jurídico brasileiro (com o registro em cartório, obtenção do CNPJ na Receita Federal, cadastro na Prefeitura de São Paulo, formalização do endereço de referência na PUC-SP, etc.).

Com a CEA-Política, está em jogo a participação e/ou a intervenção da associação tanto em fóruns específicos quanto no contexto público maior, mediante delegação expressa de representante(s) legítimo(s) para cada caso, seja da diretoria ou da comissão, seja de ambas.

As razões para isso são legítimas e convincentes. A ABCiber, embora não tenha, de acordo com o seu estatuto, perfil "político", não pode, com efeito, subtrair-se publicamente à necessidade de ações no âmbito político – vale dizer, de teor obviamente não-partidário –, em todos os casos que as justifiquem – por exemplo, diante de eventual ou potencial violação de direitos fundamentais e constitucionais envolvendo medidas de Estado e/ou de corporações e, ao mesmo tempo, tecnologias e redes digitais, entre tantos outros casos, maiores ou menores em relevância –, a serem devidamente analisados pela CEA-Política, a partir da iniciativa de seus próprios membros, da diretoria, do CCD e/ou dos associados.

Para uma entidade ativa da sociedade civil organizada, na esfera acadêmica ou fora dela, a ausência de movimentação executiva e deliberativa própria a respeito, expressa na ação social correspondente, não deixa de constituir – o que se deve evitar – lacuna problemática (para dizer o mínimo), mesmo ante o resguardo do direito de somente acompanhar acontecimentos e processos.

Em direito público, articulado segundo os interesses do Estado e da legalidade, a autoridade socialmente investida tem de cumprir *ipsis literis* o que reza a lei, sendo passível de sanção qualquer ação sob vácuo de norma explícita. Em direito privado, já sob a soberania da vontade individual e *a priori* da licitude ampliada, os cidadãos têm a prerrogativa de realizar o que escapou ao leque do legislador, arcando apenas com sanções previstas em casos de ação que contrarie norma proibitiva estrita e/ou valores consuetudinários de alcance público. Nesse aspecto, *mutatis mutandis*, a criação da CEA-Política resolve e estabiliza, no caso da ABCiber, tais peculiaridades jurídicas, notadamente no que compete às normas que regem a ação da diretoria. A CEA-Política recobre positivamente essa instância em relação ao que a ela não é permitido fazer, no cômputo de suas incumbências estatutárias: a comissão, vocacionada institucionalmente ao tratamento exclusivo e contínuo da *res* política da cibercultura, absorve para si funções analítico-avaliativas, propositivas e sociopragmáticas necessárias que, embora não tenham feito explicitamente parte das metas e objetivos originais da associação, prevalecem como sua dimensão e seu horizonte fundamentais, na virtualidade social do próprio estatuto; potencializa, com a expansão do número de pesquisadores que pode envolver no processo, com foco determinado e com melhor organização e sistematicidade, as possibilidades de acompanhamento e discussão da questão política nacional e internacional do universo empírico diversificado da realidade digital; e é assim capaz de cumprir, sem solução de continuidade (por sejam quais contingências for) e com saldo maior de consistência, tudo o que exige o seu objeto de consideração, em favor das próprias metas e objetivos da Associação.

Ao final do biênio 2009-2011, a CEA-Política e a presidência da entidade elaboraram uma "Carta de Princípios", na qual se espelham os parâmetros gerais de norteamento institucional no tocante à dimensão política de seu campo de

atuação. O texto foi analisado – linha a linha – e aprovado na IX Reunião do CCD, em 17 de novembro de 2011, durante o V Simpósio Nacional, realizado na UFSC. Nessa oportunidade de partilha pública acerca das realizações e horizontes da associação, vale reproduzir a íntegra do documento:

Carta de Princípios

A ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM CIBERCULTURA (ABCiber), entidade científica e cultural interdisciplinar e sem fins lucrativos, em relação à necessidade de sua atuação em âmbito nacional e internacional acerca da dimensão política das tecnologias e redes digitais, norteará as suas decisões e proposições de modo inteiramente livre de compromissos político-partidários e ideológicos e com base nos seguintes princípios fundamentais:

a) a consideração da internet como bem coletivo e como direito conquistado através de formas diferenciadas de apropriação social e cultural, requerendo-se, para tanto, garantias de Estado para o respectivo acesso público, nos termos do item 2;

b) a universalização da rede como serviço público, com qualidade, velocidade, segurança, estabilidade de conexão e com acesso gratuito, independentemente das plataformas de *hardware* e *software* utilizadas;

c) a necessidade de a governança da Internet pautar-se pelo compromisso (a) com a democracia e com a transparência, pressupondo-se plena participação social no processo, e (b) com a promoção da inovação, permitindo-se o desenvolvimento tecnológico criativo, o amplo compartilhamento dos resultados e formas diferenciadas de sua utilização;

d) o reconhecimento da diversidade cultural e artística e da liberdade de expressão em meios e redes digitais (*online* e *off-line*);

e) o direito à privacidade e ao anonimato na rede, garantindo-se aos usuários da Internet controle e decisão sobre as informações pessoais fornecidas a terceiros e sobre aquelas derivadas da utilização da rede, tais como perfis, preferências e padrões de uso;

f) o incentivo à adoção de padrões de *software* abertos, compartilhados e interoperacionalizáveis;

g) a necessidade de as comunicações serem regulamentadas segundo princípios democráticos, de inclusividade e universalidade;

h) a utilização da Internet como ferramenta de visibilidade e transparência para políticas e ações de governo e demais instituições de interesse público;

i) a necessidade de as políticas públicas contra crimes e ilícitos cibernéticos recaírem exclusivamente sobre os responsáveis por tais atos, sem penalização da rede e/ou da totalidade de seus usuários;

j) o amplo debate público das políticas e regulamentações capazes de produzir impactos na utilização dos meios e redes digitais, sobretudo em caso de ameaça à liberdade e demais direitos fundamentais.

5 UM PROJETO PARA O BRASIL

O exposto nos tópicos precedentes tornam *per se* evidente o quanto a ABCiber se tornou amplo e frutífero projeto institucional, científico e cultural para o Brasil, em abertura internacional, no campo presencial e no ciberespaço – um projeto vocacionado a permanecer gerações a fio (e isso contra todos os que eventualmente não acreditavam nele). Atualmente instituída entre as associações mais importantes da área de Comunicação, a ABCiber destina-se a cumprir, em escala ampliada, no país e em contexto internacional, papel de relevância na cerzidura do tempo histórico presente e vindouro. Consolidada como espaço público de debates, a entidade tem motivado a produção intelectual nacional e qualificado, a cada ano, centenas e centenas de currículos e de perfis acadêmicos e, por essa via – por que não lembrar, a se considerar a avaliação da produção científica e artística por instâncias governamentais da área educacional –, de grupos de pesquisa, departamentos, programas de pós-graduação e universidades.

Com prudência e ética institucionais requeridas – nos termos esboçados no tópico anterior –, a associação tem atuado politicamente, oferecendo, com posições firmes – especialmente em relação à defesa radical da liberdade e da privacidade, doravante transpostas para tempos de virtualização das práticas sociais –, a face a público amplo, para além dos muros universitários e para o que for necessário, em contextos de discussão sobre questões de política em torno da *res* digital e online.

Mais de uma década depois do trabalho de articulação nacional focado em sua criação, em setembro de 2006, na PUC-SP – vale dizer, desde a sua proposição preliminar por este signatário, no IX Encontro Nacional da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), realizado na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), em 2000 –, e sobretudo após novembro de 2007, marco de desencadeamento da primeira diretoria, a ABCiber é uma referência nacional das e para as pesquisas individuais e coletivas sobre a realidade interativa internacional; é consultada e procurada por pesquisadores estrangeiros e pela imprensa do país; é evocada como representante legítimo do setor acadêmico pelo Comitê Gestor da Internet, e assim por diante. Pode e deve ampliar o diâmetro de sua ação política em matéria digital, a partir de bases intraorganizativas garantidas e de responsabilidade institucional assentada.

Nessa direção, cabe evocar que a ABCiber foi projetada como organização civil atuante e intelectualmente influente, com intercâmbios internacionais mais fortes e – o fundamental – mais crítica, mais tensional, em relação à realidade desigual do século XXI; uma associação que contribua para o esclarecimento

conceitual consistente acerca do mundo mediático atual, articulado pelo ciberespaço. Para tanto, as duas diretorias inaugurais – quer-se crer – legaram às próximas gestões um conjunto significativo de programas, projetos e sinalizações; e, em particular, entregaram à diretoria do biênio 2011-2013 uma associação fincada em princípios sólidos e em resultados avançados de um trabalho coletivo nacionalmente reconhecido.

6 TRANSIÇÃO DE DIRETORIAS BIANUAIS

Em 17 de novembro de 2011, na IV Assembleia Geral de Associados, realizada no segundo dia do V Simpósio Nacional, na UFSC, a ABCiber selou nova sucessão de diretorias. A "passagem do bastão" ocorreu sob lastro em processo eleitoral necessariamente subordinado a princípios acordados na reunião extraordinária do CCD, realizada na PUC-SP, em 8 de novembro de 2011, e derivados de conversações presenciais maiores, atinentes ao campo de estudos da Cibercultura e ao futuro da ABCiber no país e no contexto internacional. A associação, que completou, em 27 de setembro de 2011, cinco anos de atuação, sinaliza, assim, claramente, a sua propensão de referendo a um modelo institucional internamente compartilhado de sucessão de gestões, na comparação com outras entidades congêneres, nacionais e estrangeiras.

Foram as seguintes as diretorias que, em sua composição interdisciplinar, realizaram a transição no período:

a) *Diretoria do biênio 2009-2011* (Comunicação, Ciência da Informação, Antropologia, Educação, Artes e Design):

   Presidência: Prof. Dr. Eugênio Trivinho (PUC-SP);

   Vice-Presidência: Prof. Dr. Theophilos Rifiotis (UFSC);

   Secretaria Executiva: Prof. Dr. Edilson Cazeloto (Unip);

   Secretaria de Finanças: Prof. Dr. Gilberto Prado (USP);

   Diretoria Científica: Prof. Dr. Erick Felinto (UERJ);

   Diretoria Cultural: Profa. Dra.Yara Guasque (Udesc);

   Diretoria de Comunicação: Profa. Dra.Gisela Castro (ESPM);

   Diretoria Editorial: Profa. Dra. Luisa Paraguai Donati (UAM);

   Conselho Fiscal: Prof. Dr. Francisco Rüdiger (PUCRS), profa. Dra. Sueli Mara Ferreira (USP) e prof. Dr. Henrique Antoun (UFRJ).

b) Diretoria do biênio 2011-2013 (Comunicação, Semiótica, Inclusão digital e Design):

Presidência: Prof. Dr. Vinicius Andrade Pereira (ESPM, UERJ);

Vice-Presidência: Prof. Dr. Edilson Cazeloto (Unip);

Secretaria Executiva: Profa. Dra. Sandra Portella Montardo (FFEVALE);

Secretaria de Finanças: Profa. Dra. Fátima Regis (UERJ);

Diretoria Científica: Prof. Dr. Erick Felinto (UERJ);

Diretoria Cultural: Profa. Dra. Fernanda Bruno (UFRJ);

Diretoria de Comunicação: Profa. Dra. Adriana Amaral (Unisinos);

Diretoria Editorial: Profa. Dra. Luisa Paraguai Donati (UAM);

Conselho Fiscal: Prof. Dr. Juremir Machado da Silva (PUCRS), prof. Dr. Marcos Palacios (UFBA) e prof. Dr. Rogério da Costa (PUC-SP).

A ABCiber, por suas duas diretorias inaugurais e, em particular, pela respectiva presidência, gostaria de agradecer, honrada, às universidades, aos programas de pós-graduação e aos grupos de pesquisa; à Capes, à Fapesp, à Faperj, à Fapesc e ao Instituto Cultural Itaú; e a todos os conselheiros e associados, pesquisadores, pós-graduandos, alunos de graduação, especialistas e profissionais que apoiaram a associação para que ela se tornasse uma referência em pesquisas sobre a fase digital e interativa da civilização contemporânea. A entidade ficará imensamente dignificada se este apoio multilateral continuar nos próximos biênios.

c) Composição do Conselho científico deliberativo (CCD)

No biênio 2011-2013, o conselho da ABCiber será composto pelos seguintes pesquisadores:

Prof. Dr. Alex Primo (UFRGS);
Prof. Dr. André Lemos (UFBA);
Profa. Dra. Diana Domingues (UnB);
Prof. Dr. Eugênio Trivinho (PUC-SP);
Prof. Dr. Francisco Rüdiger (PUCRS);
Prof. Dr. Gilberto dos Santos Prado (USP);
Profa. Dra. Gisela Castro (ESPM);
Prof. Dr. Henrique Antoun (UFRJ);
Profa. Dra. Lucia Santaella (PUC-SP);
Profa. Dra. Lucrécia D'Alessio Ferrara (PUC-SP);
Profa. Dra. Lynn Alves (UNEB);

Prof. Dr. Marco Silva (UERJ);
Prof. Dr. Marcus Bastos (PUC-SP);
Prof. Dr. Massimo Di Felice (USP);
Prof. Dr. Nelson Pretto (UFBA);
Prof. Dr. Othon Jambeiro (UFBA);
Prof. Dr. Sebastião Squirra (Umesp);
Prof. Dr. Sérgio Amadeu da Silveira (UFABC);
Profa. Dra. Simone Pereira de Sá (UFF);
Profa. Dra. Sueli Mara Ferreira (USP);
Profa. Dra. Suely Fragoso (UFRGS);
Prof. Dr. Theóphilos Rifiotis (UFSC);
Profa. Dra. Yara Rondon Guasque Araujo (Udesc).

Seção 3

CINEMA E AUDIOVISUAL

CAPÍTULO 3.1

ENSINO DE CINEMA E AUDIOVISUAL

Aída Marques[1]
Luciana Rodrigues[2]
Bernardo Santos[3]

1 A ARTE E O ENSINO FORMAL

Toda obra de arte é também um olhar sobre a realidade[4]. Por conta disso, diz respeito tanto a um tempo, a uma técnica, a um artista quanto aos meios e aos processos pelos quais a arte encontra, finalmente, seu público, seus estudiosos e seus futuros autores. Assim, a contemporaneidade tem ampliado, cada vez mais, a noção de que música, literatura, teatro, artes plásticas e, no nosso caso, cinema não são apenas falanges culturais de um povo – mas também um mercado sólido e pronto para ser economicamente explorado.

Nesse caso, a formação de profissionais qualificados é um passo fundamental. O cinema, em particular, é uma linguagem que nasceu e depende do domínio da tecnologia. Logo, a presença dele no universo acadêmico é, ao mesmo tempo, um indicador de formalização da atividade e também a constatação de um equilíbrio de forças necessário – entre arte e indústria, prática e teoria, poesia e gramática do audiovisual.

O mapeamento dos cursos de Cinema no Brasil, pesquisa sobre a qual este parecer se debruça, é mais uma tentativa de registrar, com alguma nitidez, o perfil das escolas que, hoje, formam os profissionais do audiovisual brasileiro.

---

1. Professora associada do curso de Cinema e Vídeo da Universidade Federal Fluminense (UFF). Presidente do Fórum Brasileiro de Ensino de Cinema e Audiovisual (Forcine). Estudou cinema e literatura em Paris. De volta ao Brasil, em 1978, passou a desenvolver intensa atividade no campo cinematográfico. Possui mestrado em Comunicação pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ) e doutorado em Cinema pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

2. Graduada em Comunicação Social, habilitação em Cinema, pela Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP), e em Direito pela Universidade Federal de Pelotas (UFPel). Possui mestrado em Ciências da Comunicação pela ECA-USP e é doutoranda em Meios e Processos Audiovisuais, na mesma instituição. Professora titular da FAAP, nos cursos de Cinema e de Produção Cultural.

3. Estudante de Cinema e Audiovisual na UFF. É bolsista da professora Aída Marques.

4. Citação do cineasta Louis Malle, em entrevista a Pierre Billard, seu biógrafo.

2 HISTÓRICO DO ENSINO DE CINEMA

Para efeito de contextualização, é conveniente revisitar, em poucas linhas, a trajetória das primeiras experiências em ensino de cinema no país[5].

Se, no cenário internacional, a mais pioneira das escolas, a Escola Estatal de Cinema (VGIK, em sua sigla original), data de 1919, na nascente URSS, por aqui já se ouvia falar nesse tipo de aprendizagem desde a década de 1920, ainda que com outro sentido, voltando-se principalmente à preparação de atores para aquele novo meio. Eram cursos mal vistos, constantemente fechados pela polícia: um capítulo engraçado na história brasileira.

Historicamente, porém, os brasileiros começaram a aprender cinema fazendo cinema, ou seja, no cotidiano das produções. Os primeiros trabalhadores do cinema daqui que estudaram a sétima arte – futuros fundadores dos cursos em universidades – fizeram-no em escolas europeias, principalmente no Centro Sperimentali di Cinematografia (CSC), atual Scuola Nazionali di Cinema, da Itália, e no Institut des Hautes Études Cinématographiques (IDHEC), atual Fondation Européenne des Métiers de l'Image et du Son (FEMIS), da França, além de participarem de esporádicos seminários surgidos em instituições, como museus. Contudo, inegavelmente, graças à atividade cineclubista, foram sistematizadas as primeiras reflexões a respeito da arte da imagem e do som no Brasil.

Muitos foram os debates e as tentativas em torno da criação de uma instituição para o ensino superior de cinema, mas somente em 1962 surgiriam os dois primeiros cursos neste nível: respectivamente, na Universidade Católica de Minas Gerais, em Belo Horizonte, e na Escola Superior de Cinema São Luiz, em São Paulo. Ambos os cursos tinham raízes fundas no movimento cineclubista e na Igreja Católica. Infelizmente, os pioneiros tiveram o mesmo destino de grande parte dos cursos que surgiram posteriormente: dados os altos custos de manutenção, fecharam suas portas em poucos anos.

A experiência mais marcante, entretanto, deu-se com a criação da Universidade de Brasília (UnB) e do curso de Cinema, no seu interior. Foi a primeira escola pública pioneira no ensino do cinema, contando com nomes como Nelson Pereira dos Santos, Paulo Emílio Sales Gomes e Jean-Claude Bernardet em seu quadro docente. Entretanto, o endurecimento da ditadura militar levou a uma série de demissões, destruindo essa experiência inovadora, que só a muito custo foi retomada, na UnB, mas sem o mesmo vigor.

5. Essa trajetória das escolas é um resumo de trechos da dissertação de mestrado de Luciana Rodrigues, defendida na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), em abril de 2004, orientada pela profa. Dra. Maria Dora Mourão, sob o título *A formação em cinema em instituições de ensino superior brasileiras: Universidade Federal Fluminense, Universidade de São Paulo e Fundação Armando Álvares Penteado.*

Assim, professores e alguns estudantes da primeira turma da UnB saíram em busca de novos caminhos. Logo, mais universidades públicas decidiram investir na aventura empreendedora do cinema.

Em 1966, a Escola de Comunicações Culturais da Universidade de São Paulo (USP), que anos depois se tornaria a Escola de Comunicações e Artes (ECA), viu ser construído seu primeiro curso de Cinema, contando com Rudá de Andrade, Jean-Claude Bernardet, Paulo Emílio Sales Gomes e tantos outros pensadores e cineastas de grande importância em seu quadro docente. Um ano depois, o mesmo aconteceria na Universidade Federal Fluminense (UFF): a criação de um curso – a princípio, como ramificação do curso de Comunicação Social e, depois, como graduação independente. Em 1968, Nelson Pereira dos Santos (com o fechamento do curso de Cinema da UnB) se encarregou de liderar o processo na UFF, responsabilizando-se pelas diretrizes formais do novo projeto.

No início da década de 1970, em São Paulo, seria a vez da Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP) – com prestígio nas áreas das artes plásticas e da arquitetura – retomar a tradição das escolas privadas com formação em cinema, inaugurando um curso de moldes diferenciados em sua Faculdade de Comunicação. A gênese desse curso foi o Seminário de Cinema promovido pelo Museu de Arte de São Paulo, que teve seu início da década de 1950, com forte ligação com estúdios como a Vera Cruz e a Maristela. Seus primeiro professores eram oriundos desta ligação, como o montador Máximo Barro e o diretor Rodolfo Nanni.

Através do tempo, as instituições de ensino superior já consolidadas viram crescer seu prestígio e, principalmente, a procura dos alunos. Diversas graduações em Cinema e Audiovisual foram criadas, embora com muitas dificuldades decorrentes do alto custo para produzir filmes no processo fotoquímico. Situação, esta, que vem se tornando mais favorável, graças à tecnologia digital no cinema.

3 O CRESCIMENTO DAS ESCOLAS DE CINEMA NO BRASIL

Mais recentemente, na última década, o número de cursos tem aumentado de forma exponencial. “Quais são as razões de tal crescimento?” ou, ainda, “Como será a resposta do mercado diante dele?” são questões que estão na ordem do dia.

Certamente, um dos motores que vem impulsionando a popularização do cinema, dentro e fora das escolas, é a já mencionada tecnologia digital. São muitas as possibilidades abertas, advindas da agilidade processual e da diminuição de custos em quase todos os setores da atividade, abrindo possibilidades ímpares também para a criação de novos cursos.

Note-se que, cada vez mais, jovens fazem vídeos com câmeras amadoras, com boa qualidade de imagem, e com celulares, editando-os, em seus próprios

computadores. Também a difusão foi facilitada pelos "portais de vídeo" e pelas redes sociais, tornando conhecidos, por milhares de pessoas, potenciais artistas.

Outro aspecto igualmente importante foi o acesso a filmografias, antes difícil, dinamizado pelos recursos da internet, atraindo cada vez mais pessoas para o universo do cinema.

Se antigamente muitos jovens ingressavam nas faculdades com o intuito de terem acesso a equipamentos, a fim de fazerem seus filmes, hoje o interesse é o de aperfeiçoarem as técnicas, que conhecem no básico, e aprenderem acerca da linguagem cinematográfica. Pode ser acrescida a isso a nova configuração do cinema brasileiro, vencendo alguns estigmas e, com qualidade, atraindo um público crescente, muito embora ainda restrito.

Outro motivo para o fortalecimento da atividade no meio acadêmico são as novas políticas de acesso à universidade – tais como o Programa Universidade para Todos (Prouni) e o Plano de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni), criados no governo Lula –, que pretendem democratizar a educação superior no Brasil. Iniciativas como essas contribuem para que, cada dia mais, alunos de diferentes meios sociais e posições geográficas possam, com alguma igualdade, buscar uma melhor formação dentro da área profissional de interesse.

Para conhecer mais essa nova realidade e propor reflexões, o Fórum Brasileiro de Ensino de Cinema e Audiovisual (Forcine) está ultimando uma pesquisa – um mapeamento do ensino de cinema no Brasil – visando a servir de base para outra, futura, sobre o mercado audiovisual brasileiro, principalmente no que concerne à ocupação de postos de trabalho.

4 MERCADO E UNIVERSIDADE

Essas pesquisas urgem e se justificam por diversos motivos. Indubitavelmente, um deles é o número crescente de graduações que, a cada semestre, fornecem egressos ao mercado de trabalho. Diversas são as alternativas encontradas por esses graduados, como cooperativas e projetos de criação coletiva ou os formatos periféricos, como webséries e conteúdos para alimentar novas mídias, mas estas são ainda incipientes e presentes apenas nos grandes centros. E, por outro lado, há o trabalho institucional – em órgãos como a Agência Nacional do Cinema (Ancine) e a Secretaria do Audiovisual (SAV), do Ministério da Cultura (MinC). Ainda assim, faltam chances profissionais sólidas e um mercado apto a receber a todos. Uma das reflexões necessárias é que talvez não haja formação acadêmica, de parte da maioria dos cursos, que forneça as ferramentas necessárias para inserção no mercado de trabalho, que demanda cada vez mais profissionais atualizados e com competência para atuar nos mais diversos meios.

Como estabelecer o necessário diálogo entre o mundo acadêmico e os mercados de trabalho em audiovisual se eles não se reconhecem? Quais são as demandas desses mercados e como poderão ganhar com a presença de profissionais criativos e bem formados nas escolas? Quando conseguirmos responder a estas perguntas, certamente, o audiovisual brasileiro começará a dar passos mais seguros no sentido da sua consolidação.

Há um fato, entretanto, que chama a atenção: o universo da imagem, apesar de estar presente no cotidiano de todos, ainda precisa ser desvendado, e o cinema brasileiro, com isso, precisa encontrar seu público. Trata-se de algo de fundamental importância para o conhecimento do mundo e da nossa própria história.

Nesse sentido, diversos projetos vêm sendo encaminhados, com objetivo de "educar o olhar" para o audiovisual e atrair o público para o cinema brasileiro, além de, conjuntamente, ampliar as chances profissionais e fortalecer o mercado.

A título de ilustração, vale citar uma iniciativa pioneira: a recente criação de licenciatura em cinema pela UFF. Com esse curso, será possível destinar profissionais qualificados, professores com formação na linguagem audiovisual, às salas do ensino médio, atendendo, assim, às perspectivas levantadas.

Outra iniciativa recente é o bem sucedido programa Cine-Educação[6], que leva filmes brasileiros e reflexões até a sala de aula, hoje atingindo diversas cidades do Brasil, e que conta com um projeto de grande qualificação para estudantes e professores das escolas públicas do Distrito Federal.

Acreditamos que, com o aumento da demanda por filmes brasileiros, a bandeira da criação de acervos ganha maior força[7]. Não só é preciso desenvolver uma filmografia básica para a sala de aula, com obras audiovisuais necessárias para a formação cultural de qualquer aluno – uma das propostas do Forcine –, como também revitalizar e tornar acessível um acervo quase nunca visto pelo grande público: o cinema universitário.

A produção universitária merece um capítulo à parte e muitos estudos, mas dado o espaço falaremos rapidamente acerca disto. As instituições de ensino superior brasileiras podem ser consideradas as mais constantes produtoras de matéria audiovisual no Brasil: pelo que 26 escolas informaram de suas produções, para a mencionada pesquisa, quase 650 curtas-metragens são finalizados ao ano, 90% em digital. Como reforço a esta afirmativa, note-se que, mesmo durante a "era Collor", no período de hiato do cinema nacional, foram justa-

6. Iniciativa conjunta da Sociedade Amigos da Cinemateca, da Cinemateca Brasileira e da Programadora Brasil, contando com a participação, na execução, da Via Gutenberg e de professores da UnB, da ECA-USP e da FAAP. Mais informações no site www.cineedu.com.br.

7. Para conhecer uma importante experiência de acervo de filmes brasileiros, sempre crescente, vale acessar o site www.programadorabrasil.org.br/.

mente as universidades e seus alunos que garantiram uma sobrevida ao audiovisual, com seus curtas-metragens. Contudo, os filmes produzidos nas escolas são pouco conhecidos ou estudados. Preservar, manter e divulgar seus acervos também é preservar a memória do cinema brasileiro e a história de um país através do olhar por trás da câmera.

Assim, se existem claros indicadores de interesse da sociedade e investimento do mercado na atividade cinematográfica, não é tudo. Ainda temos diversas carências na área a serem vencidas. É urgente e necessária a criação de políticas que possibilitem mercado e formação de profissionais crescerem no mesmo passo. Apenas com equilíbrio podemos fazer do cinema uma arte sempre viva e democrática. Continuamos nesta busca.

Na sequência, alguns números e informações obtidas a partir do "Mapa dos cursos de Cinema do Brasil", que está em andamento:

QUADRO 1
Cursos de Cinema do Brasil: distribuição geográfica

Região	Estado	Cursos
Sudeste	São Paulo	13
	Minas Gerais	4
	Rio de Janeiro	3
	Espírito Santo	2
Sul	Rio Grande do Sul	6
	Santa Catarina	4
	Paraná	1
Centro-Oeste	Distrito Federal	4
	Goiás	1
Nordeste	Bahia	4
	Ceará	2
	Pernambuco	2
	Rio Grande do Norte	1
	Paraíba	1
	Sergipe	1
Norte	Pará	2
	Acre	1

QUADRO 2
Cursos de Cinema do Brasil: tipo de formação e natureza

Cursos de Cinema do Brasil: bacharel ou tecnólogo (das universidades que informaram)	
Bacharel	31
Tecnólogo	17
Cursos de Cinema do Brasil: públicos ou privados	
Públicos	19
Privados	33
Total de cursos levantados: 52	

CAPÍTULO 3.2

PESQUISA EM CINEMA E AUDIOVISUAL

Anelise R. Corseuil[1]
Maria Dora G. Mourão[2]

1 APRESENTAÇÃO

A Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (Socine), criada em 1996, reflete o crescimento quantitativo e qualitativo das pesquisas e dos estudos de cinema e audiovisual no Brasil. O I Encontro Nacional da Socine, ocorrido em 1997 na Universidade de São Paulo (USP), contou com apenas seis sessões e 20 trabalhos, enquanto que, em 2004, em seu VIII Encontro, na Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), foram 240 trabalhos apresentados, em várias sessões simultâneas de comunicações, mesas-redondas e palestras. Já em 2011, na comemoração dos 15 anos da Socine, o encontro foi realizado na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com a apresentação de 465 trabalhos.

Hoje, os encontros estruturam-se em dez sessões simultâneas, ao longo de três dias, contendo seminários temáticos, mesas temáticas, sessões de comunicações individuais e painéis, além de palestras e de debates com temas específicos.

Procura-se agrupar trabalhos acadêmicos de universidades brasileiras e estrangeiras que demonstrem um alto nível de desenvolvimento de pesquisa, fomentando, com isso, a institucionalização do campo do Cinema e do Audiovisual no país. Destarte, buscamos também a internacionalização da Socine como fórum de debates e reflexão, com foco no desenvolvimento do diálogo e na aproximação entre os pesquisadores.

---

1. Possui graduação Letras – Inglês e Literatura – pela Universidade Federal de Santa Catarina (1985), mestrado em Literaturas de Língua Inglesa pela Eastern Michigan University (1987), doutorado em Literaturas em Língua Inglesa pela Wayne State University (1992) e pós-doutorado pelo Departamento de Televisão, Teatro e Cinema da Universidade de Glasgow (2000). É professora associada na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), vinculada ao Departamento de Língua e Literatura Estrangeiras, desde 1993. É vice-presidente Socine e da Associação Brasileira de Professores Universitários de Inglês (Abrapui). É pesquisadora 2 do CNPq.

2. Professora titular do Departamento de Cinema, Rádio e TV da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Possui graduação, mestrado e doutorado em Cinema pela USP. Realizou estudos de pós-doutorado na École des Hautes Études en Sciences Sociales (E.H.E.S.S) de Paris, França, na área de cinema e novas tecnologias (1997). Dedica-se ao ensino de teoria e prática da montagem. É vice-diretora da ECA-USP, membro da diretoria executiva do Centre International de Liaison des Écoles de Cinéma et Télévision, presidente da Sociedade Amigos da Cinemateca (SAC) – além de ser membro do conselho da Cinemateca Brasileira – e presidente da Socine.

Em 2011, contamos com 1.292 associados, sendo que 698 estão ativos. 60% são doutores ou doutorandos e 40% mestres, mestrandos e graduados. Desse total, 60% são professores universitários.

Os encontros anuais têm sido reconhecidos em sua importância por várias agências de fomento, como a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), entre outras, além do apoio recebido da Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura e de embaixadas e consulados no Brasil.

Além dos encontros, o selo Socine reúne a publicação de livros com os trabalhos selecionados e apresentados nos encontros anuais. Desde o primeiro encontro, a Socine já soma 14 livros, todos digitalizados e disponíveis aos sócios, em seu site. A partir de 2011, o selo Socine também agrega a publicação da *Rebeca – Revista Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual*. Todos os encontros também têm publicado, em anais, os resumos expandidos dos trabalhos apresentados.

2 FOCO DAS PESQUISAS

Analisando os trabalhos apresentados nos encontros de 2010 e de 2011, observa-se uma tendência de interesses de pesquisa que abrangem as mais diversas áreas, tais como: estudos teórico-críticos de cinema; história do cinema; cinema e sociedade; cinema e ensino; produção, indústria e tecnologia; cinemas regionais; cinema brasileiro, latino-americano e cinemas nacionais; transdisciplinaridade; cinema em suas relações com transmídia, televisão e vídeo-arte. Muitas dessas áreas estão inter-relacionadas, apresentando interfaces importantes. Trabalhos, por exemplo, sobre alteridade e representação podem ter ancoragem teórica nos estudos pós-colonialistas ou no pós-estruturalismo, assim como muitos trabalhos sobre cinema brasileiro tem interface com a história do cinema.

A diversidade de abordagens demonstra o caráter interdisciplinar da área. Somente um olhar mais abrangente poderá dar conta da reflexão e da pesquisa sobre teorias, poéticas, técnicas, práticas, história do cinema, do vídeo, da televisão, ou seja, da área denominada, hoje, como Audiovisual, incluindo os novos meios digitais. Uma área que constrói sua especificidade de campo de pesquisa a partir de seus próprios elementos, sejam de linguagem, de acontecimentos e de fatos, aos quais são acrescidos fenômenos de outras áreas que se relacionam de maneira intrínseca com o cinema e o audiovisual.

Cabe destacar que o cinema arquitetou uma matriz teórica característica, mas sempre em dialogo com outras matrizes, não só vinculadas às artes, mas também às Comunicações, às Ciências Sociais, à Economia, à Filosofia, à Literatura, à Psicologia, entre outras.

A classificação que esboçamos a seguir possibilita um mapeamento das pesquisas a partir da estruturação de grande parte das sessões dos encontros da Socine realizados em 2010 e em 2011, mas não a esgota. Dessa forma, esboçou-se a seguinte subdivisão das áreas de interesse:

1. *Estudos teórico-críticos e história do cinema*: linguagem cinematográfica; estudos de recepção; indústria cultural; cinema e crítica da gênese; narrativa; história do cinema brasileiro, abrangendo estudos vinculados ao pós-estruturalismo e a contextos pós-modernos, como alteridade, transculturalidade e globalização.
2. *Cinema e sociedade*: representação e religiosidade no cinema; cinema e agentes periféricos; fronteiras das linguagens e a dimensão política; cinema resistência e transformação.
3. *Cinemas regionais*: conta com sessões e entrevistas versando sobre filmes experimentais piauienses e pernambucanos; cinema nordestino; cinema e diretores pernambucanos; cinemas de várias regiões do Brasil.
4. *Cinema e educação*: estilística e métodos nos estudos cinematográficos, educação no cinema; ensino do cinema.
5. *Produção, indústria e tecnologia*: indústrias culturais; estudos de som; autores e indústria; sistemas de produção; cinema digital; distribuição e exibição audiovisual por telefones celulares; recepção.
6. *Cinema brasileiro, latino-americano e cinemas nacionais*: história e desenvolvimento do cinema no Brasil; diversidade cultural/sexual no cinema brasileiro; identidade, narrativas do olhar brasileiro; geografias do cinema brasileiro; questões de autoria; cinemas em português; cinemas no mundo; produção.
7. *Gêneros*: os gêneros no cinema brasileiro e latino-americano; práticas, transformações, remixagens e tendências.
8. *Documentário e ensaio*: história do documentário; documentário e minorias; documentário de arquivo; representações sociais; documentário musical; procedimentos expressivos e inflexões do subjetivo; cunho político-social.
9. *Múltiplas estéticas*.
10. *Cinema em suas relações com outras artes e disciplinas (interdisciplinaridade e transdisciplinaridade)*: adaptações e transposições para o cinema; instalações; cinema como mediação e seus diálogos com outros campos de conhecimento; cinema e artes visuais; cinema e teatro.

11. *Cinema e transmídia (vídeo, computador)*: narrativa transmidiática; cultura de convergência; convergência e transmídia; narrativas em rede.
12. *Televisão*: televisão e formas audiovisuais de ficção e documentário; narrativas televisivas.

Parte dos encontros da Socine é composta por seminários temáticos propostos para agrupar, em torno de um tema, as pesquisas em desenvolvimento. Nos últimos quatro anos, os seminários foram os seguintes:

- Os gêneros no cinema brasileiro e latino-americano: práticas, transformações, remixagens e tendências.
- Cinema no Brasil: dos primeiros tempos à década de 1950.
- TV: formas audiovisuais de ficção e documentário
- Cinema, estética e política: a resistência e os atos de criação.
- Indústria e recepção.
- Cinema como arte e vice-versa.
- Cinemas em português.
- Ciências Sociais e Cinema: metodologias e abordagens de uma pesquisa interdisciplinar.
- Cinema, transculturalidade, globalização.
- Estudos do som.

A expansão da Socine, por meio de seus associados e de participantes dos encontros anuais, em suas diversas esferas e publicações, acompanha o crescimento da área em termos acadêmicos e de produção. Em um mundo cada vez mais globalizado e interconectado por diversas mídias e meios de produção digital, as narrativas se expandem, as formas de recepção se modificam e o cinema e o audiovisual se tornam o centro de modificações culturais cada vez mais visíveis.

Nesse contexto, a Socine desempenha papel fundamental, aglutinando pesquisadores e professores das mais diversas regiões do Brasil e do mundo e possibilitando a visibilidade de uma área que conta, hoje, com a pesquisa acadêmica abrangendo desde a história do cinema, em seu início, envolvendo acervos e meios de produção, até as questões teóricas e culturais mais expressivas da nossa contemporaneidade, ilustradas pelo tema de nosso último congresso: "Imaginários (in)visíveis". Nesse sentido, a Socine expressa, também, o crescimento da área no meio acadêmico, com a criação de inúmeros cursos de graduação e de pós-graduação, seja em suas áreas específicas ou em seus diálogos produtivos, complexos e definitivos com outras áreas de conhecimento.

Seção 4

ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO

ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO

Ruy Sardinha Lopes[1]

1 A ULEPICC-BR E OS ESPAÇOS INSTITUCIONAIS DA EPC NO BRASIL

Em outubro de 2010, o capítulo brasileiro da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (Ulepicc-BR) realizou, em Aracaju (SE), seu terceiro encontro nacional, consolidando-se como um importante fórum de debate e de investigação dos fenômenos comunicacionais e culturais da atualidade, sob o amparo teórico da economia política crítica. Tal encontro, que reuniu importantes nomes do pensamento crítico comunicacional do país, contou com a apresentação de aproximadamente 70 trabalhos, distribuídos nos seguintes grupos de trabalho (GTs): Políticas de Comunicação; Comunicação Pública, Popular ou Alternativa; Indústrias Midiáticas; Políticas Culturais e Economia da Cultura; Teorias e Temas Emergentes. Nessa ocasião, além da eleição da nova diretoria executiva da entidade, foi definida a cidade do Rio de Janeiro – mais especificamente, a Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj) – como a sede do quarto encontro, a ser realizado em outubro de 2012.

Outro espaço de debate de fundamental importância, já em 2011, foi a sessão temática (ST) Economia Política da Comunicação (ECP), coordenada pelo prof. Dr. Ruy Sardinha Lopes e realizada durante o I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (Confibercom), em São Paulo (SP), que contou com a apresentação de 26 trabalhos. Coroando esse ciclo, tivemos, em setembro de 2011, a realização das sessões do grupo de pesquisa (GP) Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, coordenado pelo prof. Dr. Valério Brittos, durante o XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, ocorrido em Recife (PE).

Tais realizações, somadas a outras iniciativas e à participação da Ulepicc-BR, como apoiadora, em eventos como o VI Seminário Internacional da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic) e o debate sobre políticas culturais ocorrido na cidade de São Carlos (SP), que contou com a presença de representante do Ministério da Cultura (MinC), Bernardo Machado, e do Secretário de Estado da Cultura da Bahia, Antônio Albino Rubim, bem como

1. Professor doutor e pesquisador do Instituto de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (USP) de São Carlos. Presidente da Ulepicc-BR.

sua atuação na Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom), demonstram não apenas seu reconhecimento pela comunidade científica como também indicam um profícuo cenário de discussões e de ações no sentido da formação de um pensamento crítico comunicacional.

Cientes da universalidade dessa reflexão e do necessário diálogo com o pensamento crítico oriundo de outras áreas geográficas, sobretudo da América Latina, 2011 também marca a aproximação da EPC brasileira com a retomada do pensamento crítico comunicacional latino-americano. Tanto a participação de pesquisadores ligados à EPC em eventos como o XV Colóquio da Escola Latino-Americana de Comunicação (Celacom) – realizado em Araraquara (SP), em junho de 2011 – e o VI Seminário Internacional da Alaic – em São Paulo, em julho de 2011 – quanto a pesquisa levada a cabo pelo prof. Dr. César Bolaño, sobre Celso Furtado, ou a tentativa, ainda, de se pensar o correto posicionamento da América Latina no sistema-mundo capitalista, para além das vertentes pós-modernas ou multiculturalistas, indicam um importante caminho a ser trilhado.

Ainda em relação a essa internacionalização, cabe destacar o convênio, em curso, entre a Ulepicc-BR e a Union for Democratic Communication (UDC), que propiciará publicações, eventos e encontros entre os pesquisadores vinculados a essas duas instituições. Destaca-se, ainda, um dossiê temático a ser publicado pela *Revista Eptic On Line*[2], no início de 2012, coordenado por Adilson Cabral (Ulepicc-BR, UFF), intitulado "Políticas de comunicação transfronteiras".

2 A PESQUISA EM EPC NO BRASIL

Um balanço dos três fóruns anteriormente citados – o III Encontro Nacional da Ulepicc-BR (2010), a sessão temática de EPC no I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (2011) e as sessões do GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (2011) – permite-nos verificar a abrangência regional das pesquisas em EPC, com predominância da região Nordeste e ausência total da região Norte.

Vinte e nove instituições sediadas em 14 Estados e no Distrito Federal se fizeram presentes e estiveram assim distribuídas:

- Região Sul: 15 trabalhos.
- Região Sudeste: 27 trabalhos.

2. Disponível em: www.eptic.com.br.

- Região Centro-Oeste: 6 trabalhos.
- Região Nordeste: 48 trabalhos.
- Região Norte: nenhum trabalho.

Destas instituições, merecem destaque, tanto pela constância nos fóruns quanto pela quantidade de trabalhos daí provenientes, a Universidade Federal da Bahia (UFBA), a Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e a Universidade Federal de Sergipe (UFS).

Cinco instituições estrangeiras também se fizeram representar: a Universidade Autônoma do México, a Universidade de Liverpool (Inglaterra), a Universidade do Porto (Portugal), a Universitat Jaume I de Castellón (Espanha) e a Fundación Universidad del Norte (Colômbia).

Em termos de grupos de pesquisa e de centros de investigação, merece nota a discussão em torno dos conteúdos midiáticos e das políticas de comunicação desenvolvida pelo Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS)[3], do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (PPGCC-Unisinos), liderado pelo prof. Dr. Valério Brittos, que nesses fóruns mostrou a vitalidade do conceito de "fase da multiplicidade de ofertas" para caracterizar a discutida convergência tecnológica.

As pesquisas sobre políticas culturais, com ênfase na análise crítica das medidas adotadas pelos governos Lula e Dilma, embora sejam suscitadas em diversas instituições, como na Universidade Estadual Paulista (Unesp) – *campus* de Araraquara – e na Universidade Estadual do Ceará (UECE), parecem encontrar maior acolhida na importante contribuição do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia e do Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (CULT)[4]. É igualmente promissora a participação crescente de novas centralidades, como o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (Unesp) – *campus* de Bauru – e o Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia Política e Diversidade (COMUM)[5], da Universidade Federal do Piauí (UFPI).

3 TENDÊNCIAS DA PESQUISA EM EPC NO BRASIL

Embora a pluralidade temática tenha sido uma constante, alguns eixos temáticos demonstraram maior poder de atração, podendo, portanto, indicar algumas tendências das pesquisas na área: as investigações sobre a mídia televisiva e o impacto

3. Informações sobre o grupo podem ser encontradas no endereço www.grupocepos.net.
4. Informações sobre o centro podem ser encontradas no endereço www.cult.ufba.br/wordpress/.
5. Informações sobre o grupo podem ser encontradas no endereço grupodepesquisacomum-ufpi.blogspot.com/.

da convergência tecnológica, a regulação da mídia e os marcos regulatórios, as políticas culturais e o direito à comunicação.

Balizadas pelos acontecimentos da hora – a discussão e a implementação, pelo Ministério das Comunicações, do Plano Nacional de Banda Larga (PNBL) e as idas e vindas em torno de um novo marco regulatório para as comunicações –, várias análises e atuações políticas no campo da EPC se voltaram para uma análise crítica desse plano, assinalando, entre outros aspectos, seu caráter não universalista e a atenção aos interesses privados implícitos na retirada, por parte do Ministério, da atuação da Telebrás no varejo dos transportes de dados.

Em relação à discussão em torno da necessidade de um novo marco regulatório para as mídias, uma longa reflexão vem sendo sedimentada não somente no interior da EPC, mas também em outros fóruns de debates, como os de políticas de comunicação, e apontam para a necessidade de um marco afeito tanto a uma estrutura mais democrática e inclusiva quanto ao entedimento da convergência tecnológica não apenas como uma nova plataforma tecnológica, mas também como o principal suporte de veiculação de conteúdos sociais, econômicos e culturais, com fortes implicações na formação das espacialidades e das sociabilidades contemporâneas.

Entendendo que essa é uma discussão essencial à constituição de uma sociedade democrática, e que, portanto, ultrapassa a dimensão da investigação acadêmica, embora não prescinda de seu papel analítico, foi salutar o diálogo aberto entre a Ulepicc-BR, a Frente Parlamentar pela Liberdade de Expressão e o Direito à Comunicação e o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), que, juntamente com outras entidades da sociedade civil e do Estado, tentam construir uma agenda de discussões em prol de um arcabouço comunicacional mais inclusivo.

A esta discussão soma-se outra, sobre a "economia criativa" e as "indústrias criativas", que acabaram, em 2011, por se tornar objeto de políticas públicas, por meio da criação de uma secretaria específica, no âmbito do Ministério da Cultura. Embora essa seja uma análise que há alguns anos é realizada nos fóruns da EPC – tanto no exterior (com as análises de, por exemplo, Enrique Bustamante e Gaetan Trembley[6]) quanto no país (note-se que no primeiro Encontro Nacional da Ulepicc-BR, realizado na Universidade Federal Fluminense, Carmem Lúcia Castro de Lima, então doutoranda do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da UFBA, já apresentava uma análise dos aparatos conceituais, entre eles a economia ou as indústria "criativas", usados para descrever esse

6. Destaque-se, nesse sentido, a segunda parte do livro organizado por Luis Albornoz (2011), dedicada a esse tema, com artigos de Philip Schlesinger (Universidad de Glasgow), Gaëtan Tremblay (Universidad de Quebec en Montreal) e Enrique Bustamante (Universidad Complutense de Madrid).

ramo econômico em ascensão: a produção de bens simbólicos) – e apresente como característica tanto um revisão crítica do conceito de indústria cultural quanto um distanciamento das matrizes anglo-saxônicas, nas quais o conceito surgiu e se desenvolveu, aproximando-se do que poderíamos chamar de "economia da cultura" – em oposição a uma matriz, crítica, denominada economia política da cultura –, a retomada mais recente desse conceito, por alguns representantes da EPC no Brasil, entre eles Alexandre Barbalho (2010), César Bolaño (2010), Ruy Sardinha e Verlane Aragão (2011), indica a mobilização de outros referenciais teóricos e um diálogo frutífero com algumas matrizes do pensamento social e econômico brasileiro, como o furtadiano e o materialismo cultural.

Um outro foco analítico que vem se consolidando ao longo desse período e que teve uma presença significativa nos fóruns assinalados é o que poderíamos chamar de "economia política da música e da mídia sonora", que tenta refletir, entre outras questões, sobre as consequências das novas tecnologias de produção e distribuição de conteúdos culturais na indústria fonográfica e no mercado da música. Sensibilizados pela premência desse questionamento e pela conformação de um novo campo de investigação e diálogo acadêmico, os GPs de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura e de Rádio e Mídia Sonora da Intercom propuseram, como parte de suas atividades no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, uma mesa com o tema "A economia política da indústria de radiodifusão sonora brasileira", que contou com a participação de Cesár Bolaño, Eduardo Paiva, Marcelo Kischinhevsky e Valério Brittos, tendo mediação de Dóris Fagundes Haussen.

Segundo Marcelo Kischinhevsky (2011), se a porta de entrada para os estudos radiofônicos e de mídia sonora têm sido "linguagem, gêneros, mediações sonoras, história da mídia sonora, estudos de recepção, consumo, estudos de jornalismo, publicidade, cibercultura, semiótica, etc.", a EPC, entendida como uma matriz crítica e metodológica, tem muito a contribuir para o aprofundamento de tais estudos, inquirindo, entre outros temas, "a configuração do mercado de radiodifusão sonora, as relações trabalhistas, o acúmulo de funções com a digitalização e a automação das FMs, a concentração de audiências nas redes, a estrutura societária das emissoras, a oferta de conteúdos locais ou regionais".

Dando prosseguimento a essa tendência, cabe-nos destacar, além da mesa redonda anteriormente citada, o seminário internacional "Música independente no contexto pós-crise", realizado no Rio de Janeiro, nos dias 3 e 4 de outubro de 2011, cuja coordenação geral coube a Micael Herschmann (UFRJ), e a preparação de um dossiê sobre a temárica a ser publicado na *Revista Eptic On Line* em 2012, sob a organização de Marcelo Kischinhevsky.

4 UM CAMPO EM DESENVOLVIMENTO

De modo a sintetizar parte das investigações que tiveram assento no ano de 2011 e que, de certa forma, interligam as reflexões sobre os fluxos nacionais e internacionais de bens simbólicos, sobre as políticas públicas e culturais daí decorrentes e sobre os padrões tecnico-estéticos usados, em grande medida, como barreiras de entradas ao acesso às produções culturais não hegemônicas, poderíamos dizer que está em gestação, entre nós, um campo investigativo promissor, a *Economia Política das Artes*, que, além dos aspectos arrolados, tem o mérito de inserir a produção simbólica nos processos materiais de conformação do todo social, ainda que sua lógica produtiva encontre reais dificuldades de subordinação a tais processos, interpondo-lhe, dessa forma, substantivas resistências.

Chamando a atenção para o necessário desenvolvimento dessa reflexão crítica, a *Revista Eptic On Line*, do Observatório de Comunicação da Universidade Federal de Sergipe, que continua se mostrando como principal veículo de divulgação das pesquisas em EPC no Brasil e na América Latina, abriu espaço, em 2011, para a publicação de um dossiê temático sobre Economia Política das Artes[7].

REFERÊNCIAS

ALBORNOZ, Luis. *Poder, medios, cultura*: una mirada critica desde la economía política de la comunicación. Buenos Aires: Paidós, 2011.

BARBALHO, Alexandre. A política cultural segundo Celso Furtado. In: ENCONTRO NACIONAL DA ULEPICC-BR, 3., 2010, Aracaju. *Anais*... Aracaju: UFSE, Ulepicc-BR, 2010. Disponível em: <http://www.eptic.com.br/terceiroulepiccbrasil/trabalhoscompletos/gt4/gt4-01.pdf>. Acesso em: 20 nov.2011

BOLAÑO, César. Indústria, criatividade e desenvolvimento. In: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DE ECONOMIA CRIATIVA DO NORDESTE – ANIMA.CULT, 1.,Fortaleza, 2010, Fortaleza: Instituto AnimaCult, 2011.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Possíveis interfaces entre a Economia Política da Comunicação e os estudos radiofônicos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., Recife, 2011. *Anais*... São Paulo: Intercom, 2011.

7. O referido dossiê, publicado no segundo número da *Revista Eptic On Line* de 2011 (www2.eptic.com.br/eptic_es/interna.php?c=83), reúne uma entrevista e cinco artigos que, ao discutirem as relações entre arquitetura, artes plásticas, políticas culturais, processos de valorização e especificidades econômicas e históricas do trabalho artístico, pontuam a abrangência e a relevância desse campo de pesquisa voltado para o esclarecimento das relações entre as dimensões simbólicas e materiais na contemporaneidade.

LIMA, Carmen Lúcia Castro. Definições analíticas para os segmentos produtores de bens simbólicos: uma breve análise. In: ENCONTRO NACIONAL DA ULEPICC-BR, 1., 2006, Niterói. *Anais*... Niterói: UFF, Ulepicc-BR, 2006. Disponível em: <http://www.ulepicc.org.br/arquivos/ec_carmen.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2011.

LOPES, Ruy Sardinha; ARAGÃO, Verlane. Economia, cultura e criatividade: tensões e contradições. *Carta Maior*, 25 fev. 2011. Disponível em: <http://www.cartamaior.com.br/templates/materiaMostrar.cfm?materia_id=17484>. Acesso em: 30 set. 2011.

Seção 5

FOLKCOMUNICAÇÃO

FOLKCOMUNICAÇÃO

Marcelo Pires de Oliveira[1]

1 INTRODUÇÃO

Folkcomunicação é uma teoria desenvolvida por Luiz Beltrão, em sua tese de doutorado, defendida na Universidade de Brasília (UnB), em 1967, a qual foi coroada com elogios dos mais importantes pensadores mundiais, entre eles Câmara Cascudo e Umberto Eco. Ao longo dos últimos anos, vem sendo aplicada por um grande número de pesquisadores da área da Comunicação, dentre os quais podemos citar José Marques de Melo, Roberto Benjamim, Osvaldo Trigueiro, Severino Lucena, Betânia Maciel, Cristina Schmidt e Maria Cristina Gobbi como os mais expressivos semeadores dessa teoria brasileira da Comunicação em programas de pós-graduação e de graduação do Brasil.

A teoria da Folkcomunicação propõe um novo olhar sobre os processos de comunicação que ocorrem em grupos marginalizados ou com aqueles que se situam nas margens da escala social, o que os priva de acesso e controle dos meios de comunicação de massa. Busca apresentar os processos alternativos e populares de comunicação, especialmente os que ocorrem por meio das manifestações folclóricas e que fazem parte da vida das pessoas que são os agentes destas mesmas manifestações.

> Às vezes me vem a idéia de que a pessoa pode confundir Folkcomunicação com uma comunicação classista. Mas ela não é exatamente uma comunicação classista [...] eu estudei alguns grupos que utilizam a folkcomunicação, isto é, meios não-formais de comunicação ligados direta ou indiretamente ao folclore. Então eu vi que alguns desses grupos têm capacidade de integração na sociedade, apenas não concordam com essa sociedade. Os grupos a que me refiro são os culturalmente marginalizados (BELTRÃO, 2004, p. 116).

O conceito inicado por Luiz Beltrão vem sendo ampliado e explorado em múltiplos sentidos. Joseph Luyten (1988) explorou o conceito de *folkmídia*, que se mostrou campo fértil para muitos estudos de como os meios de comunicação de massa utilizam o referencial da cultura popular para construir seus produtos, sejam eles jornalísticos, publicitários ou ficcionais. Severino Lucena Filho (2007, p. 85), por sua vez, propõe o conceito do *folkmarketing*,

1. Doutor em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Professor assistente da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC). Coordenador do Grupo de Pesquisa em Folkcomunicação da UESC e presidente da Rede Folkcom, no período de 2011 a 2013.

cujas ações "comportam objetivos bem definidos, além da elaboração de estratégias adequadas à situação local, porém sintonizada com as transformações da sociedade industrial".

> A folkcomunicação não é, pois, o estudo da cultura popular ou do Folklore, é bom que se destaque. É o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações de cultura popular ou do folclore se expandem, sociabilizam-se, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos (HOHLFELDT apud MACIEL, 2010, p. 249).

2 A REDE FOLKCOM

No ano de 2011, a Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação – Rede Folkcom – foi agraciada com o prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação, outorgado pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), na categoria Grupo Inovador. O prêmio é reflexo da trajetória de muitos pesquisadores brasileiros da Folkcomunicação, que ao longo dos anos têm contribuído para o alargamento das pesquisas na área (MACIEL, 2010).

A história da Rede Folkcom teve início em 1998, com a primeira Conferência Brasileira de Folkcomunicação (MACIEL, 2010; SCHMIDT, 2010), na Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Em 2011, o evento chegou à 14ª edição, realizada em Juiz de Fora (MG), na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), com apoio do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) daquela instituição e da Faculdade Estácio de Sá, do mesmo município.

Em 2012, a Conferência ocorrerá em Campina Grande (PB), juntamente com o seminário "Os festejos juninos no contexto da Folkcomunicação e da cultura popular", que estará em sua nona edição. Este seminário, promovido pelo curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), é coordenado pelo prof. Dr. Luiz Custódio da Silva, que, com apoio de muitas instituições, principalmente da universidade mencionada, juntamente com uma equipe de professores e de alunos, propõe-se a discutir e a analisar as tendências e as características dos festejos juninos, tendo como pano de fundo a maior comemoração do Nordeste brasileiro, em razão do qual Campina Grande orgulhosamente se intitula como a cidade do "maior São João do mundo".

No ano de 2011, o 8º seminário "Os festejos juninos no contexto da Folkcomunicação e da cultura popular" discutiu a temática "Festas populares e economia da cultura". O tema propôs uma reflexão com mesas de debates e exposição de trabalhos com o conceito de "economia da cultura" como pano de fundo, o que suscitou discussões e reflexões sobre o papel dos agentes cul-

turais nas cadeias produtivas das festas juninas e sobre as transformações que a visão economicista poderia causar nas festas. O debate provou que a teoria da Folkcomunicação é capaz de contribuir com a ampliação das reflexões teóricas e das observações empíricas de diversos fenômenos comunicacionais na esfera das comunidades de cultura popular.

A conferência de abertura foi proferida pelo prof. Dr. Joseph Straubhaar, da Universidade do Texas, em Austin, EUA, e contou com o apoio da Pró-Reitoria de Extensão da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), resultado do empenho da vice-presidente da Rede Folkcom, profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima. Em sua palestra, o professor Straubhaar, pesquisador brasilianista, referiu-se às suas pesquisas sobre diferentes festas juninas brasileiras, o que enriqueceu o evento com um painel mais amplo da festa e com a visão de um pesquisador externo. A palestra também serviu para demonstrar o quanto a teoria da Folkcomunicação é dialógica, bem como revelou a expansão dos estudos da área em outros países.

O evento contou, ainda, com as seguintes mesas temáticas: "Festas populares e economia da cultura"; "Festejos juninos e economia da cultura"; "Educomunicação, folkcomunicação e cultura popular"; "Turismo e festas no contexto da economia criativa" e "Folkcomunicação, economia da cultura e desenvolvimento local".

A iniciativa desse seminário, como dissemos, partiu do professor Luiz Custódio da Silva, que é sócio da Rede Folkcom e que incluiu a Rede entre o grupo de colaboradores do evento, fazendo com que o seminário também fosse incorporado ao calendário da Rede Folkcom como importante momento de discussões e de reflexões sobre Folkcomunicação, pois, segundo ele,

> as festas populares comemoradas no mês de junho, alusivas a Santo Antônio, São João e São Pedro, ganham novas feições na contemporaneidade. Essas mudanças provocam interpretações e leituras diversas por parte dos pesquisadores, dos artistas beneficiados com essas transformações ou que estão perdendo espaço diante das novas gerações responsáveis por uma safra de produtos mercantilizados e portadores de valores estéticos e conteudísticos questionáveis e pelo próprio público consumidor dessas manifestações da Cultura Popular do Nordeste (SILVA, 2007, p. 1).

No último *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*, editado em 2010, há textos escritos pelas professoras Betânia Maciel e Cristina Schmidt, que apresentam a história e a trajetória da Rede Folkcom até o ano de 2009, suas conferências e o resultado de muitos anos de trabalho de diferentes pesquisadores. Neste texto, o espaço a ser compreendido é menor: envolve 2010 e 2011, com muitas conquistas e, principalmente, desafios a serem registrados.

3 AS CONFERÊNCIAS DE 2010 E DE 2011

A conferência realizada em 2010, na cidade de Ilhéus (BA), teve como temática "Esteja a gosto: sabores e saberes populares", tratando da folkcomunicação gastronômica, que se mostrou tema abrangente e instigante, além de ter acarretado a proposta – que está sendo finalizada – de um levantamento que visa a identificar como a culinária e a gastronomia regionais são apresentadas em jornais. Essa pesquisa integrada conta com colaboradores de todo o Brasil e pretende gerar um livro contendo seus resultados e traçando um perfil de como a mídia regional representa sua culinária.

Com diversas palestras, vários debates e participação de grupos de pesquisa, a XIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação demonstrou o quanto a teoria proposta por Luiz Beltrão é abrangente e multifacetada, ao possibilitar a análise da culinária e da gastronomia como veículos comunicacionais e do diálogo de veículos da mídia tradicional com esse tipo de informação.

Participaram dessa XIII Conferência os professores Maria de Lourdes Netto Simões (UESC), José Marques de Melo (Cátedra Unesco/Metodista), Betânia Maciel (UFRPE), Roberto Benjamim (UFPE), Luiz Custódio da Silva (UEPB), Severino Alves de Lucena Filho (UFPB), Maria Érica de Oliveira Lima (UFRN), Fábio Corniani (Unipampa), Osvaldo Trigueiro (UFPB), Marcelo Sabbatini (UFPE) e Karina Janz Woitwicz (UEPG).

Em 2011, a XIV Conferência Brasileira de Folkcomunicação ocorreu, como já foi dito, em Juiz de Fora. Sua temática – "O artesanato como processo comunicacional" – tinha como objetivo compreender e analisar os mecanismos comunicacionais das expressões identitárias locais/regionais que utilizam o artesanato como forma de expressão de ideias.

As palestras e mesas de debates foram importantes na reflexão proposta pelo tema e, mais uma vez, a Folkcomunicação provou ser uma teoria com múltiplos objetos e com uma capacidade de produzir pesquisas de qualidade que demonstram a visão de seu fundador: a de que as classes marginalizadas são criativas nas maneiras pelas quais se expressam e comunicam suas realidades.

O evento também celebrou os 40 anos de publicação da obra *Comunicação e Folclore*, de Luiz Beltrão – publicada pela Editora Melhoramentos, em 1971 –, e as trezes conferências já realizadas. Outra novidade de 2011 foi o retorno dos prêmios acadêmicos para alunos de graduação, mestrado e doutorado, bem como para os pesquisadores seniores. Também foi realizada uma mostra de audiovisual e fotografia relacionada à temática central do evento.

Participaram da XIV Conferência os professores Karina Janz Woitowicz (UEPG), Maria Cristina Gobbi (Unesp), Marcelo Pires de Oliveira (UESC), Guilherme Moreira Fernandes (UFJF), Fábio Corniani (Unipampa), Severino

Alves de Lucena Filho (UFPB), Jacqueline Dourado (UFPI), Osvaldo Meira Trigueiro (UFPB), Carlos Nogueira (Universidade Nova de Lisboa, Portugal), Marlei Sigrist (Comissão Sul-Mato-Grossense de Folclore), Marcelo Pimentel (Unitau), José Marques de Melo (Cátedra Unesco/Metodista), Maria José Oliveira (FES/JF), Christina Musse (UFJF), Luiz Custódio da Silva (UEPB), Iluska Coutinho (UFJF), Marcelo Sabbatini (UFPE), Betânia Maciel (UFRPE), Cristina Schmidt (UMC), Jacqueline Souza (FES/JF), Sandro Kirst (Univates), Paulo Roberto Leal (UFJF), Maria Érica de Oliveira Lima (UFRN), Antônio Hohlfeldt (PUCRS), Júnior Pinheiro (TV UFPB), Guilherme Rezende (UFSJ), Otávio Soares (Uniflu), Sérgio Gadini (UEPG) e Boanerges Balbino Lopes Filho (UFJF).

Também foram feitas homenagens, com a entrega de prêmios e de certificados nas seguintes denominações: Homenagem "José de Barros", para trabalhos científicos de graduação; Homenagem "Joseph Luyten", para trabalhos científicos de pós- graduação; Homenagem "Antônio Carlos Weitzel", para trabalhos de profissionais (graduados e mestres); Homenagem "José Marques de Melo", para mostra de audiovisual; Homenagem "Roberto Benjamin", para exposição de fotografia; Homenagem "José Luiz Ribeiro", para trabalhos científicos de pesquisadores seniores. Com essas homenagens, a Rede Folkcom pretendeu reconhecer as inúmeras colaborações à teoria da folkcomunicação e ao trabalho árduo dos pesquisadores do campo da Folkcomunicação na pesquisa e divulgação desta teoria.

4 AGENDA PARA 2012

Com a escolha da cidade de Campina Grande e da Universidade Estadual da Paraíba para sediarem a XV Conferência Brasileira de Folkcomunicação, o tema proposto foi "Festejos juninos: da roça à rede", que pretende estudar como os festejos juninos – em todo o Brasil, mas, mais especificamente, na região Nordeste – servem de veículos de comunicação para as classes marginalizadas, assim como espera entender como as ferramentas da comunicação assistidas pela informática, em especial a internet, servem para a propagação de ideias, valores e modos de pensar.

Também está em andamento outra pesquisa integrada, desta vez sobre a representação dos festejos juninos na mídia, a qual, segundo a proposta inicial, pretende analisar as veiculações desse assunto nas mídias eletrônicas, como rádio, televisão e internet. Para esse trabalho – assim como ocorreu com a pesquisa sobre gastronomia –, pesquisadores de todo o Brasil foram convidados a colaborar, com a análise de veículos regionais, a fim de traçar um retrato de como a mídia representa, expressa e ressignifica os festejos juninos, valorizando tradições ou reelaborando-as. O objetivo é que, em junho de 2012, durante a XV Conferência, os resultados sejam apresentados.

Em 2012, representantes da Rede Folkcom estarão presentes no congresso da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic), no Uruguai. Com isso, estreitamos os laços com outros pesquisadores da América Latina, uma vez que já estamos, há algum tempo, dialogando com pesquisadores europeus e norte-americanos, na intenção de consolidar essa teoria brasileira da Comunicação.

Dessa maneira, a Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação vem trabalhando para unir os muitos pesquisadores do Brasil e de outros países em torno da teoria formulada por Luiz Beltrão, a qual vem despertando crescente interesse por parte dos jovens estudantes da área, mostrando-se instigante em seus objetos de pesquisa e em suas múltiplas temáticas.

REFERÊNCIAS

BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação*: teoria e metodologia. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2004.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. *A festa junina em Camina Grande-PB*: uma estratégia de folkmarketing. João Pessoa: UFPB, 2007.

LUYTEN, Joseph M. *Sistemas de comunicação popular*. São Paulo: Ática, 1988.

MACIEL, Betânia. Folkcom: origens da entidade. In: CASTRO, Daniel; MARQUES DE MELO, José; CASTRO, Cosette (orgs.). *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*. Brasília: Ipea, 2010. p. 251-263.

SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação: memória institucional. In: CASTRO, Daniel; MARQUES DE MELO, José; CASTRO, Cosette (orgs.). *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*. Brasília: Ipea, 2010. p. 264-283.

SILVA, Luiz Custódio da. Os festejos juninos e a reinvenção das identidades culturais no contexto paraibano. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE FOLKCOMUNICAÇÃO, 10., Ponta Grossa, 2007. *Anais*... São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, 2007.

Seção 6

HISTÓRIA DA MÍDIA

HISTÓRIA DA MÍDIA

Maria Berenice da Costa Machado[1]

1 VÍNCULOS INSTITUCIONAIS

Neste capítulo, procuramos identificar tendências cognitivas no campo da História da Mídia, referentes a 2011, a partir da produção inscrita no 8º Encontro Nacional de História da Mídia[2] e de publicações cujos autores tenham vínculos com a Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar). Recuperamos os *papers* de cada um dos oito grupos de trabalho (GTs) do evento, registrados no CD de anais e no site[3], revisamos os lançamentos impressos e digitais, elegemos indicadores e, seguindo os preceitos da análise de conteúdo, buscamos, em títulos, resumos e palavras-chave, temáticas, focos e recortes, temporalidades, mídias e/ou objetos de estudo.

Entendemos oportuno, também, verificar as instituições e localizar regionalmente os pesquisadores/autores, pois poderia ser mais um indicador para a pesquisa em História da Mídia. A tarefa foi possível com a distinção dos dados de identificação constantes nos *papers*, análise que revelou semelhança em todos os GTs: predominam vínculos com Instituições de Ensino Superior (IES) públicas federais, situação idêntica às demais áreas do conhecimento e da pesquisa científica no cenário nacional.

Observamos boa representatividade de IES públicas estaduais, fato que relacionamos à sede do oitavo encontro da Alcar ser no Paraná, unidade da federação que tem significativo número de IES estaduais e outras tantas públicas e privadas com cursos de graduação e de pós-graduação em Comunicação, o que reflete positivamente sobre a pesquisa. Pelas mesmas razões, as regiões Sul e Sudeste concentram a maioria dos trabalhos e de edições em História da Mídia, seguidas, nesta ordem, pelo Nordeste, pelo Norte e pelo Centro-Oeste.

---

1. Professora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e presidente da Alcar.

2. O 8º Encontro Nacional de História da Mídia foi realizado entre 28 e 30 de abril de 2011, na Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), em Guarapuava (PR).

3. Hanai Honna, estudante do curso de Publicidade e Propaganda da UFRGS, colaborou com a pesquisa do CD e do site da Alcar (paginas.ufrgs.br/alcar).

2 TEMAS E OBJETOS DE PESQUISA

Em relação à produção inscrita nos GTs da Alcar e às publicações de 2011, podemos afirmar a produtividade, do ponto de vista quantitativo, do GT Mídia Audiovisual. Considerando a natureza das tecnologias objeto desse grupo, são pesquisas centradas na contemporaneidade, com foco na televisão, algumas contemplando processos de digitalização. Parte das investigações e dos impressos aborda a história da TV (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2011) e sua importância na estruturação da política – com destaque para a relacionada à ditadura militar –, da economia e da cultura do Brasil. Outro grupo estuda as transformações do meio – e da própria sociedade – e seus reflexos sobre a programação e os formatos jornalísticos de emissoras estaduais, educativas, universitárias e legislativas, estas analisadas por Monteiro (2011), sob a perspectiva da construção de consciência cidadã. O cinema e a fotografia, com problemáticas ligadas à representação e à identidade, também são temas de pesquisa, inclusive na obra que apresenta cineastas de esquerda no jornalismo televisivo dos anos 1970 (SACRAMENTO, 2011).

No GT Jornalismo, prevalecem estudos da mídia impressa (jornais e revistas) com foco no impacto das novas tecnologias sobre o meio, a experiência discursiva de um livro-reportagem e as rotinas profissionais (PEREIRA, 2011). Este último tema é, ainda, foco de outra publicação a respeito dos talentos necessários para o trabalho autônomo, fora das tradicionais redações (OLIVEIRA, 2011). Um segundo grupo discute gêneros jornalísticos e debate casos ou questões locais, a maioria com temas contemporâneos. Merecem destaque, também, pesquisas sobre a ditadura militar (1964-1985). A Guerra de Canudos é exceção na temporalidade: o acontecimento dos anos 1800 é objeto de três pesquisas, sendo uma vinculada a instituição do exterior.

O GT Mídia Impressa pesquisa este meio em publicações contemporâneas, com inclinação para revistas – entre estas, a *Veja*. Estudos de casos de diferentes regiões do país, questões sociais e culturais têm abordagem privilegiada, junto com o tema ditadura militar. Censura e liberdade são problemáticas apresentadas sob o ponto de vista de diferentes jornais.

Processos do século XX, com abordagem sobre a institucionalização de determinadas pautas e experiências didático-pedagógicas em Histórica da Comunicação, integram a lista de *papers* do GT Historiografia da Mídia. Como objetos empíricos, predominam os jornais impressos, analisados sob a perspectiva das estratégias jornalísticas e de propaganda. As narrativas cinematográficas também são auxiliares para o grupo recuperar a memória comunicacional brasileira.

O GT Mídia Sonora é outro cuja tecnologia se desenvolve no século XX, tempo marcado nas temáticas e nos objetos investigados. Os processos de implantação e de legitimação de algumas rádios regionais, um panorama com funções

e influências política, econômica, social e cultural das rádios, além de linguagem e retórica, têm a preferência dos pesquisadores. Observamos, nesse GT, pesquisas coletivas, concentradas nas regiões Sul e Sudeste, e significativo número de publicações nos meios impressos e digitais (KLÖCKNER, 2011; KLÖCKNER; PRATA, 2011; MUSTAFÁ, 2011; PRATA, 2011).

Predominam, no GT Publicidade e Comunicação Institucional, temas ligados à publicidade e à propaganda, nos meios impressos – jornais e revistas –, seguidos por televisão, cinema e ambientes digitais. Mulher, estética, mercado e consumo na sociedade contemporânea são recortes significativos dos estudos. Outras discussões referem-se a personagens e organizações, refletem sobre a constituição da área, levantam questões técnicas, mídias e propaganda política.

O GT Mídia Alternativa é o único que pontua pesquisas em todas as regiões do Brasil, com temas centrados em estratégias e em debates sobre questões de gênero, homossexualidade, região amazônica, movimentos estudantis e sindicais. Os estudos desse núcleo apresentam processos de resistência durante o longo período da ditadura militar ou experiências posteriores, principalmente nas mídias jornal e rádio.

Finalmente, há o GT Mídia Digital, no qual identificamos pesquisas sobre experiências de interatividade e consumo nas atuais mídias e tecnologias, digitais e móveis, marcadamente vinculadas ao tempo e às discussões do presente.

3 PUBLICAÇÕES IMPRESSAS E DIGITAIS

A organização de livros impressos e de e-books para registrar a produção inscrita nos eventos ou, de modo particular, os trabalhos dos GTs – como faz o grupo de Publicidade, desde a primeira edição do encontro da Alcar – indica o cuidado que organizadores e coordenadores vêm dando à própria memória. Nesse sentido, são seis os lançamentos de 2011: o volume dois com a memória da Alcar RS (MOURA; MACHADO, 2011); *papers* de 2009 do GT Publicidade (PAVAN; FISCHER, 2011); duas edições com os trabalhos da V Conferência Brasileira de Mídia Cidadã (PEREIRA; TOMITA; FERNANDES; KURCHAIDT, 2011a; 2011b); trabalhos do primeiro encontro da Alcar PR/SC (PEREIRA; TOMITA; NASCIMENTO; FERNANDES, 2011); a segunda coletânea do GT Mídia Sonora (KLÖCKNER; PRATA, 2011).

Ainda em relação às publicações, importa destacar temas para além das ementas dos GTs, não menos importantes para pesquisadores ou os que iniciam estudos sobre história da mídia, caso do manual didático para o trabalho científico (FERRAREZI JÚNIOR, 2011) e de outra obra que aborda a construção do conhecimento relativo à comunicação regional (BOMFIM; PACHECO, 2011).

O encontro nacional da Alcar foi palco para o pré-lançamento da *Revista Brasileira de Historia da Mídia* (*RBHM*), publicação semestral que teve seu primeiro número tornado público em 2011. O periódico nasce marcado pela pluralidade de sua comissão científica e de seu conselho de pareceristas e pela abrangência geográfica e de linhas de pesquisa dos autores do primeiro número, aí incluindo duas referências internacionais. O grupo gestor da associação tem projeto para a retomada do *Jornal Alcar*, em formato online, ferramenta para manter atualizado o diálogo com a comunidade.

4 APONTAMENTOS FINAIS

Entendemos oportuno incluir, nesta síntese, as observações do coordenador da comissão organizadora do 8º Encontro Nacional de História da Mídia, indicativas de que a Alcar fomenta, a partir deste ano, um novo patamar (FERNANDES, 2011). A vitalidade da associação e de seu grupo de pesquisadores é inequívoca diante dos números finais do evento: 420 inscritos, representando 21 Estados brasileiros, além de participantes da Argentina e de Angola; mais de duas centenas de trabalhos aprovados, envolvendo 85 instituições, universidades e centros de pesquisa; duas conferências internacionais; um debate sobre os 150 anos do padre-inventor Roberto Landell de Moura, tido como o pai da mídia rádio. Outra realização importante do evento foi a primeira edição do Prêmio José Marques de Melo, destinado a fomentar pesquisas sobre historia da mídia, no âmbito da graduação, que neste ano recebeu quinze artigos nas mesmas temáticas identificadas nos GTs.

Considerando que tendência não homogeneíza, ao contrário revela diversidade, os estudos sobre história da mídia realizados em 2011 – o conjunto de pesquisas concluídas ou em desenvolvimento e as publicações produzidas pelos grupos da Alcar – indicam amplitude e riqueza temática.

Se um conhecimento for prevalente, a partir do que observamos nos núcleos, é a recuperação da memória da comunicação durante o período da ditadura militar ou os processos que sucedem o retorno à democracia. Passados mais de 25 anos, ainda é grande o clamor da sociedade, e os pesquisadores catalisam a necessidade de se saber mais sobre os anos de exceção e censura que atingiram com tanta força o campo da Comunicação Social.

Assim, os estudos da Alcar são centrados no tempo presente e na história recente, com relativo equilíbrio de mídias e objetos investigados – há ligeiro destaque para os jornais impressos –, sendo a maior parte dos *papers* fruto de pesquisas individuais. No entanto, as publicações impressas e digitais são articulações coletivas, inclusive no aspecto formal da organização.

REFERÊNCIAS

BOMFIM, Filomena Maria Avelina; PACHECO, Roni Petterson de Miranda (orgs.). *Tom regional*: a voz dos filhos da terra. Arcos: CCO Comunicações e Empreendimentos, Gráfica Centro-Oeste, 2011.

FERNANDES, Márcio. *Relato Alcar 2011*: Rede Alcar fomenta novo patamar. Disponível em: <http://paginas.ufrgs.br/alcar>. Acesso em: 05 set. 2011.

FERRAREZI JÚNIOR, Celso. *Guia do trabalho científico*: do projeto à redação final. São Paulo: Contexto, 2011.

KLÖCKNER, Luciano. *Nova retórica e rádio informativo*: estudo das programações das emissoras TSF – Portugal e CBN – Brasil. Porto Alegre: Evangraf, 2011.

KLÖCKNER, Luciano; PRATA, Nair (orgs.). *Mídia sonora em 4 dimensões*. Porto Alegre: Edipucrs, 2011. Disponível em: <http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/midiasonoraII.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2011.

MONTEIRO, Carlos Barros. *Para que serve a TV legislativa no Brasil e no mundo*. São Paulo: Biografia, 2011.

MOURA, Cláudia Peixoto de; MACHADO, Maria Berenice da Costa (orgs.). *Memórias da Comunicação*: encontros da ALCAR RS. v. 2. Porto Alegre: Edipucrs, 2011. Disponível em: <http://www.pucrs.br/edipucrs/encontrosalcarrs2010.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2011.

MUSTAFÁ, Izani. *Alô, alô, Joinville! Está no ar a Rádio Difusora!* A radiodifusão em Joinville-SC (1941-1961). Joinville: Casamarca Ecodesign, 2011.

OLIVEIRA, Maurício. *Manual do frila*: o jornalismo fora da redação. São Paulo: Contexto, 2011.

PAVAN, Maria Ângela; FISCHER, Luciana (orgs.). *Alternativas, mídias e história da comunicação persuasiva e institucional*. Piracibaca: Degaspari, 2011.

PEREIRA, Ariane. *Rota 66 em revista*: as resistências no discurso do livro-reportagem. Guarapuava: Universidade Estadual do Centro-Oeste, 2011.

PEREIRA, Ariane; TOMITA, Íris; FERNANDES, Márcio; KURCHAIDT, Sônia (orgs.). *Mídia, cidadania, manifestações culturais e questões de gênero*. Guarapuava: Universidade Estadual do Centro-Oeste, 2011a.

_____.; _____.; _____.; _____. (orgs.). *Recortes brasileiros de ativismo midiático*. Guarapuava: Universidade Estadual do Centro-Oeste, 2011b.

PEREIRA, Ariane; TOMITA, Íris; NASCIMENTO, Layse; FERNANDES, Márcio (orgs.). *Fatos do passado na mídia do presente*: rastros históricos e restos memoráveis. São Paulo: Intercom, 2011. Coleção E-Livros.

PRATA, Nair (org.). *Panorama do rádio no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2011.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. *História da televisão no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2011.

SACRAMENTO, Igor. *Depois da revolução, a televisão*: cineastas de esquerda no jornalismo televisivo dos anos 1970. Rio de Janeiro: Pedro e João Editores, 2011.

Seção 7

JORNALISMO

CAPÍTULO 7.1

ENSINO DE JORNALISMO

Mirna Tonus[1]
Sérgio Luiz Gadini[2]

1 ENTRE TENDÊNCIAS, DIFICULDADES E DESAFIOS

Os debates a respeito do ensino de Jornalismo realizados em 2011 pelo Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ) indicam, como tendência principal, a preocupação com a autolegitimação, enfoque dos encontros regionais, que pautaram "a formação jornalística como elemento constituinte e legitimador do campo do jornalismo".

Foram quatro encontros realizados em 2011: 1º Encontro Gaúcho de Ensino de Jornalismo (1º EGEJ), paralelo ao 1º Fórum Sul-Brasileiro de Professores de Jornalismo (1º FSPJ), na Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), no Rio Grande do Sul; Encontro Mineiro de Professores de Jornalismo, na Universidade Federal de Viçosa (UFV), em Minas Gerais; 5º Encontro Paulista de Professores de Jornalismo, na Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUCCamp), em São Paulo; e 5º Encontro Rio-Espírito Santo de Professores de Jornalismo, na Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj), além de um painel temático no Centro Universitário Cesmac, em Maceió (AL), paralelo ao Intercom Nordeste. Os diversos encontros reuniram mais de 500 participantes, entre professores, estudantes e profissionais de Jornalismo do país.

Historicamente, a necessidade de valorizar a formação jornalística tem marcado os encontros e as demais atividades do FNPJ, frente aos eventuais questionamentos que tentam enfraquecer o campo do Jornalismo em termos acadêmicos. A tendência se verifica, por exemplo, na Carta do Recife, documento do Encontro Nacional de Professores de Jornalismo (ENPJ) realizado no Recife (PE), em abril de 2010, no qual, além de assuntos como as novas diretrizes e a Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), indica-se que

1. Professora da Universidade Federal de Uberlândia (UFU) e vice-presidente do FNPJ, na gestão 2010-2012. e-mail: mirna@faced.ufu.br.

2. Professor da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e presidente do FNPJ, na gestão 2010-2012. e-mail: sergiogadini@yahoo.com.br.

> a existência dos mais de 400 cursos de graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo demanda mais investimento e atenção, por parte dos gestores, seja no que diz respeito a espaço, infraestrutura laboratorial ou quadro docente, demonstrando a compreensão estratégica que a formação jornalística pode propiciar à conquista de cidadania, a partir da oferta de uma informação plural e preocupada com as demandas sociais, e não mais meramente mercadológica[3].

Foi a partir desse posicionamento que os debates regionais se concretizaram e apontaram, em 2011, as tendências aqui destacadas. Uma delas refere-se à digitalização não só do exercício profissional como também do ensino de Jornalismo. Tal tendência foi percebida já nos primeiros encontros, que reuniram professores no Sul do país, conforme relata Demétrio Soster, coordenador do1º EGEJ e do 1º FSPJ:

> Dentre as questões que emergiram [...], destaca-se o fato de os produtos laboratoriais impressos dialogarem com outras plataformas por meio de dispositivos como sites e blogs, com frequência cada vez maior. Ou seja, em uma perspectiva convergente, que acabam por interferir na forma como o jornalismo é ensinado e apreendido nas escolas durante a formação. Equivale dizer, por essa perspectiva, e ainda que não há estatísticas que corroborem a afirmação, que ensinar jornalismo, com base nos trabalhos apresentados nos encontros de 2011, tem a ver com repensar os limites físicos e didáticos das aulas, mas também as questões ligadas ao suporte impresso[4].

Na avaliação de Demétrio Soster, a constatação foi possível a partir do fato de que professores e alunos envolvidos na produção de jornais e de revistas impressos, por exemplo, se utilizam cada vez mais de blogs e sites para a) dar amplitude aos seus relatos, b) divulgar o veículo antes mesmo de ele tomar forma e, finalmente, c) manter-se em contato no intervalo entre uma aula e outra. Isso porque, continua Soster, tais "ferramentas, além de acessíveis, quando não gratuitas, estão 'naturalizadas' entre eles quanto ao seu uso". Desse modo, "os movimentos acabam por fazer com que seja cada vez mais complicado pensar em ensino em apenas uma plataforma, nos moldes que praticávamos até há bem pouco", conclui.

Tendências semelhantes foram identificadas no Encontro Mineiro, tanto nos debates realizados nos grupos de trabalho quanto na reunião de coordenadores e na plenária final, conforme evidenciado na Carta de Viçosa[5] (2011), que indica as seguintes demandas:

- Tornar indissociáveis as ações de extensão, ensino e pesquisa, à medida que a perspectiva de associação das dimensões teóricas e práticas constitui rumo profícuo, no sentido do fortalecimento da cidadania e do pensamento crítico, tanto dos acadêmicos quanto da comunidade.

3. Trecho extraído da Carta do Recife. Disponível em: www.fnpj.org.br/noticia/13enpj-aprova-a-carta-do-recife.

4. Balanço realizado por Demétrio Soster, vice-diretor editorial e de comunicação do FNPJ, compartilhado via e-mail, em 19 de setembro de 2011.

5. Disponível em: www.fnpj.org.br/noticia/carta-de-vicosa-780.

- Aprimorar os debates sobre o estágio e a importância dos cursos na relação com o mercado, especialmente em cidades do interior; assim como ao papel do professor na crítica da mídia em relação com os elementos científicos aplicáveis no campo do fazer, aprimorando o espaço para divulgação de trabalhos de maneira mais qualificada.
- Valorizar a atividade laboratorial enquanto espaço para inovação, experimentação, possibilitando respostas e inovações para o mercado, evitando-se, dessa maneira, que tais experimentos sejam distorcidos e se transformem em produção institucional, perdendo seu significado para a fixação de conhecimentos e aprendizagem.
- Refletir sobre a possibilidade de criação de disciplinas que apresentem a trajetória do Jornalismo em suas diversas épocas, com conteúdo didático e aspectos que mereçam conhecimento e reflexão sobre o campo profissional, possibilitando, dessa forma, a interdisciplinaridade frente ao mercado convergente [...].

Convergência, aliás, é o que tem provocado a reinvenção do jornalismo e, consequentemente, do ensino e do posicionamento profissional na sociedade em termos políticos e socioeconômicos, como apontado no Encontro Rio-Espírito Santo, por Fabio Mario Iorio, chefe do Departamento de Jornalismo da Faculdade de Comunicação Social da Uerj, em entrevista a Arthur Prado, Fernando Borges e Thaís Gomes da Silva (2011, online):

> [o Encontro foi] contemplado com o debate atual da realidade contemporânea da profissão, das mídias, do ensino de jornalismo e da pesquisa sobre sua prática discursiva, prevalecendo durante o dia o intercâmbio e a interação entre alunos, professores e jornalistas, deixando na memória destes participantes a pauta de importantes desafios, desde os aspectos transformadores da convergência dos meios até o paradoxo da cultura participativa lado a lado com o sintoma capitalista da acumulação.

No Encontro Paulista, tais tendências se evidenciaram na palestra do professor José Marques de Melo – registrada por Amanda Campo (2011, online) –, que abordou a obrigatoriedade do diploma, o jornalismo online, as mudança nas grades curriculares, entre outros aspectos, destacando que "o jornalista não é só alguém que sabe fazer [...]. É preciso conjugar os elementos jornalísticos com o conteúdo". E ainda destacou: "Constituímos um modelo que precisa ser melhor lapidado, e precisamos confiar nele".

2 IMPLICAÇÕES TECNOLÓGICAS E POLÍTICAS

A fim de complementar e sistematizar as tendências no ensino de jornalismo no Brasil, em um breve levantamento que, embora sem pretensão de firmar estatística, indica algumas pistas, com vistas ao presente estudo, publicou-se um formu-

lário na web[6], respondido por 24 professores de Jornalismo, de diversas regiões do país – ao longo da uma semana, entre 7 e 14 de setembro de 2011 –, aos quais foi solicitada a indicação de três tendências e a que fatores estariam relacionadas: infraestrutura; tecnologias; titulação docente; políticas educacionais; outros.

As tendências apontadas relacionam-se a tecnologias e a políticas educacionais, na mesma proporção: oito professores indicaram o primeiro; oito, o segundo; um, ambos; e outros fatores foram apontados, como "mudança de conduta evocada por educandos em nível universitário", "visão de mundo", "falta de preparação e de consciência sobre o que seja, de fato, o jornalismo", "movimentos político-discursivos (retóricos) e memorialistas de construção identitária". Ainda que se considerem essas opções particulares, o equilíbrio entre as duas alternativas citadas indica um reflexo das tendências elencadas no levantamento, as quais, embora diversas na forma, são convergentes no conteúdo. E ainda reforçam os debates dos encontros regionais, indicando não uma visão unânime, mas uma mesma direção para que os professores de Jornalismo reflitam e reconstruam o campo, na mesma perspectiva de legitimação e fortalecimento.

Devido à grande variedade de tendências elencadas, utiliza-se, aqui, para fins de visualização, a ferramenta Wordle[7]. O tamanho das palavras é proporcional ao número de vezes que elas aparecem no texto original. Assim, quanto maior, mais vezes citadas. O recurso foi aplicado a 72 tendências, resultando na Figura 1.

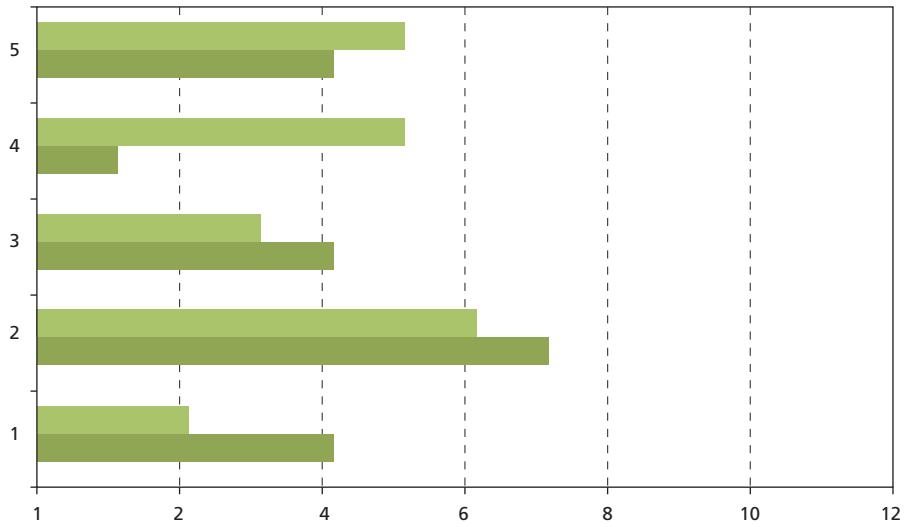
FIGURA 1
Nuvem de tags elaborada a partir de tendências indicadas por professores de Jornalismo

6. Disponível em: docs.google.com/spreadsheet/viewform?formkey=dE9PcXpkMklEMDhlTlJ2aVYyUWpEUGc6MQ.
7. Disponível em: www.wordle.net.

Um olhar atento e demorado pode fornecer uma visão mais ampla das tendências, mas, de antemão, pode-se afirmar que pesquisa, mercado, profissional, disciplinas, práticas laboratoriais, tecnologias, multimídia, digital, formação, teorias, empreendedorismo e ética se destacam como palavras-chave a partir das quais é imperativo repensar a formação jornalística.

Do mesmo modo, considera-se importante apresentar o posicionamento dos professores frente às influências – no ensino de Jornalismo e na elaboração/reelaboração de projetos pedagógicos – das novas diretrizes, em avaliação, no momento, pelo Ministério da Educação (MEC) – por meio do Conselho Nacional de Educação –, e da eliminação da exigência do diploma para o exercício da profissão pelo Supremo Tribunal Federal (STF), em junho de 2009. Em uma escala de 1 a 5 – entre "totalmente" e "de maneira nenhuma" –, há certo equilíbrio, tendendo para totalmente – conforme o Gráfico 1, posição 2 no eixo, com sete indicações na escala das diretrizes (verde claro) e seis na do diploma (verde escuro) –, embora parte dos professores tenha afirmado que a interferência é pouca ou nula.

GRÁFICO 1
Escala de importância da não exigência do diploma e da proposta das novas diretrizes



O que se pode entender de tais discussões e indicativos? Acredita-se que, em um período de rápidas transformações, como o presente, quaisquer afirmações podem não passar de simples conjecturas. Por outro lado, cerrar os olhos diante do que se apresenta é igualmente temerário. As tendências apresentadas sinalizam, entretanto, algumas pistas oportunas que o ensino de Jornalismo no Brasil pode seguir, cabendo a professores e estudantes avaliar como será esse caminhar.

Na mesma perspectiva, considere-se que, pelas dimensões geográficas e diversidades que caracterizam o Brasil, é fundamental que gestores institucionais, estudantes e professores de Jornalismo também repensem suas ações – os encontros são oportunidades de compartilhar as reflexões e experiências –, em sintonia com demandas regionais de informação, buscando melhor atender ao caráter e ao interesse público que deve marcar toda produção jornalística, independentemente de suporte, plataforma ou público-alvo.

REFERÊNCIAS

CAMPO, Amanda Andrade de. *Marques de Melo defende ampliação do conhecimento do jornalista*. Disponível em: <http://www.fnpj.org.br/noticia/marques-de-melo-defende-ampliacao-do-conhecimento-do-jornalista-770>. Acesso em: 20 set. 2011.

PRADO, Arthur; BORGES, Fernando; SILVA, Thaís Gomes. *Para pesquisadores, convergência provoca "reinvenção" no jornalismo*. Disponível em: <http://www.fnpj.org.br/noticia/para-pesquisadoresconvergencia-provoca-reinvencaono-jornalismo-774>. Acesso em: 20 set. 2011.

CAPÍTULO 7.2

PESQUISA EM JORNALISMO

Carlos Eduardo Franciscato[1]

1 TENDÊNCIAS DA PESQUISA EM JORNALISMO

A pesquisa em Jornalismo no Brasil tem alcançado um crescimento expressivo em quantidade e em qualidade de produção científica nos últimos dez anos. Isso pode ser mensurado a partir da formação de ambientes acadêmicos de interação e debate e dos temas específicos dos estudos em Jornalismo, em associações científicas da área da Comunicação.

Desde sua fundação, em 1977, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), mais tradicional sociedade científica brasileira da área de Comunicação, vem reservando espaços de discussão do jornalismo como objeto e processo comunicacional. Nos últimos anos, os congressos anuais da Intercom têm procurado criar mesas paralelas com subtemas do campo do Jornalismo, como seus aspectos históricos, a construção de teorias específicas, suas dimensões tecnológicas e suas manifestações sociais. Já a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), fundada em 1991, criou, em 2000, um grupo de trabalho (GT) denominado Estudos de Jornalismo, o qual tem sido um dos mais procurados, entre os GTs da entidade, em seus congressos anuais.

A Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) foi criada em 2003, em Brasília, durante a realização de seu primeiro encontro anual, na Universidade de Brasília (UnB), com a apresentação de 60 trabalhos científicos. Desde aquele ano, os encontros da SBPJor têm se constituído no principal evento científico brasileiro direcionado exclusivamente para os estudos em Jornalismo. A entidade busca agregar pesquisadores que têm o jornalismo como objeto de pesquisa e desenvolvem, a partir de seu estudo, a consolidação da área de conhecimento do Jornalismo, atuando em conjunto com as demais associações científicas ou profissionais do campo da Comunicação.

1. Professor da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Jornalista. Presidente da SBPJor, entre 2007-2011.

A tabela a seguir mostra, de forma sintética, a evolução dos congressos nacionais da SBPJor. Ressalte-se que este é o número de trabalhos efetivamente aprovados para apresentação, após a etapa de seleção conduzida pela diretoria científica da entidade.

TABELA 1
Encontros da SBPJor

Encontro	Ano	Cidade	Universidade realizadora	Trabalhos apresentados
1º	2003	Brasília	UnB (Universidade de Brasília)	60
2º	2004	Salvador	UFBA (Universidade Federal da Bahia)	95
3º	2005	Florianópolis	UFSC (Universidade Federal de Santa Catarina)	129
4º	2006	Porto Alegre	UFRGS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul)	113
5º	2007	Aracaju	UFS (Universidade Federal de Sergipe)	114
6º	2008	São Bernardo	Umesp (Universidade Metodista de São Paulo)	152
7º	2009	São Paulo	USP (Universidade de São Paulo)	158
8º	2010	São Luis	UFMA (Universidade Federal do Maranhão)	149
9º	2011	Rio de Janeiro	UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro)	204

Fonte: SBPJor (www.sbpjor.org.br).

Os encontros da SBPJor têm como característica estimular a formação de parcerias de pesquisa, seja por meio de convênios institucionais ou programas especiais das agências de fomento, seja por meio da constituição de redes de pesquisa. Um mecanismo que o congresso tem utilizado para o estímulo a essas parcerias tem sido a organização de "comunicações coordenadas", isto é, mesas redondas constituídas pelos próprios congressistas (quatro a seis componentes) em torno de um assunto comum, estimulando assim a aproximação entre diferentes pesquisadores e a mais fácil visualização de possibilidades de troca ou colaboração nas pesquisas. O Quadro 1 indica as comunicações coordenadas montadas nos congressos da SBPJor dos anos de 2009, 2010 e 2011.

QUADRO 1
Comunicações coordenadas nos encontros de 2009, 2010 e 2011: principais tendências

Principais temáticas	Comunicações coordenadas		
	7º SBPJor (2009)	8º SBPJor (2010)	9º SBPJor (2011)
Jornalismo digital e mudanças tecnológicas	- O ensino do jornalismo digital em tempos de convergência - III mesa coordenada da Rede JORTEC: processos colaborativos e narrativas digitais - IV mesa coordenada da Rede JORTEC: tecnologias de comunicação digitais e sistemas de gerenciamento	- Rede JORTEC: o jornalismo e as tecnologias digitais conectadas	- VI mesa coordenada da Rede JORTEC: jornalismo digital, colaboração e redes sociais - VII mesa coordenada da Rede JORTEC: jornalismo e conexões tecnológicas - Jornalismo em redes sociais na internet: tensões, aproximações e perspectivas - Jornalismo digital e tecnologias móveis
Narrativas jornalísticas	- Narrativas jornalísticas: dos contratos de comunicação ao paradoxo da incomunicabilidade e do não dito - Narradores e narrativas: jornalismo na contemporaneidade	- Rede de estudos da narrativa e do discurso - Narradores e narrativas jornalísticas	- Narrativas dissonantes
Teorias do acontecimento e da notícia	- Acontecimento Jornalístico 1 - Acontecimento Jornalístico 2	- Jornalismo e construção do acontecimento: reflexões empíricas e metodológicas	- A morte como acontecimento jornalístico: possibilidades metodológicas
Jornalismo audiovisual	- A televisão digital: os novos desafios ao telejornalismo	- Sessenta anos de televisão: do entretenimento ao jornalismo - A TV aos 60 anos: influência, identidade e discurso	- Linguagens, gêneros e narrativas nos processos editoriais do telejornalismo

Fonte: Base de dados do 7º, do 8º e do 9º Encontros da SBPJor.

É possível localizar a concentração em algumas áreas temáticas. A primeira delas se refere ao jornalismo digital e às transformações tecnológicas por que passa o jornalismo. Indicador do crescimento dessa temática é o fato de o congresso SBPJor de 2011 adotar "Jornalismo e mídias digitais" como seu tema central. Fato significativo é que essas mesas redondas expressam um trabalho de grupos de pesquisadores articulados em uma rede formal de pesquisa da SBPJor, a Rede de Pesquisa Aplicada em Jornalismo e Tecnologias Digitais (Rede JORTEC), bem como parcerias para trabalhos de investigação por meio de programas de incentivo, como o Programa Nacional de Cooperação Acadêmica (Procad), da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), que fomentaram os estudos sobre o acontecimento jornalístico. Outros temas que têm reunido pesquisadores se referem a estudos sobre mensurações e avaliações de qualidade do jornalismo, estudos históricos, meio ambiente e ensino de Jornalismo.

Outra informação relevante, na análise do congresso de 2011, são os indicadores de localização das pesquisas em jornalismo no país. A Tabela 2 mostra a distribuição dos autores dos 204 trabalhos científicos selecionados. Percebe-se uma maior presença de pesquisas do Sul do país, em que dois Estados possuem

índices elevados de pesquisadores: Rio Grande do Sul (21,5%) e Santa Catarina (10,4%). Ao mesmo tempo, os dados de 2011 estão revelando um crescimento de pesquisas em Minas Gerais (14,5%), fator que pode eventualmente ser considerado a partir da proximidade geográfica com a sede do evento (Rio de Janeiro). Uma terceira região com produção significativa é a Nordeste, havendo uma distribuição mais equilibrada entre os vários estados nordestinos. Assim, podemos considerar uma presença nacional consolidada de pesquisadores em jornalismo em boa parte do país.

TABELA 2
Origem dos autores que apresentaram trabalho no 9º Encontro da SBPJor (2011)

Origem	Distribuição
Região Sul	38,2%
RS	21,5%
SC	10.4%
PR	6,2%
Região Sudeste	30,6%
SP	5,5%
RJ	9.0%
MG	14,5%
ES	1,3%
Região Centro-Oeste	4,9%
DF	2,0%
GO	1,3%
MT	1,3%
Região Nordeste	21,6%
BA	6,2%
SE	2,0%
PE	5,5%
PB	1,3%
PI	2,0%
CE	4,3%
MA	0,6%
Região Norte	1,4%
PA	0,6%
RO	0,6%
Exterior	2,8%
Portugal	2,7%

Fonte: Base de dados do 9º Encontro da SBPJor.

A Tabela 3 mostra o perfil de titulação dos pesquisadores em Jornalismo presentes no congresso de 2011. Há uma distribuição equilibrada de investigadores com diferentes graus de formação acadêmica. Deve-se ressaltar a presença crescente de alunos de cursos de mestrado e de doutorado na área de Comunicação, reforçando a forte presença das pesquisas em Jornalismo no ambiente da pós-graduação em Comunicação no Brasil. Na comparação com 2009, é possível perceber o crescimento desse perfil de congressista, que procura participar, em sua formação pós-graduada, dos fóruns científicos de debate.

TABELA 3
Titulação dos autores que apresentaram trabalho no 7º e no 9º Encontros da SBPJor (2009; 2011)

Titulação	Distribuição 2009	Distribuição 2011
Pós-Doutor	–	2,1%
Doutor	42,0%	25,7%
Doutorando	18,8%	27,9%
Mestre	9,9%	16,7%
Mestrando	20,3%	26,4%
Graduado	2,8%	2,1%
Graduando	6,2%	– *

Fonte: Base de dados do 9º Encontro da SBPJor.
(*) Em 2011, os graduandos apresentaram trabalho em um evento separado, denominado 1º Encontro de Jovens Pesquisadores de Jornalismo (1º JPJor), atividade prévia ao 9º Encontro SBPJor, não computada nesta tabela.

Outro dado que indica tendência na expansão da pesquisa em Jornalismo está na continuidade de sua forte concentração nas instituições públicas de nível superior, conforme a Tabela 4. Isso é consequência direta do modelo de ensino superior público brasileiro, que possui um investimento estatal regular em pesquisa e em pós-graduação. Ao mesmo tempo, a presença de 24% de pesquisadores oriundos de instituições particulares demonstra que, mesmo em proporção menor, esses investigadores respondem já por uma parcela considerável da pesquisa em Jornalismo no Brasil.

TABELA 4
Tipo de instituição de vínculo dos autores que participaram do 9º Encontro da SBPJor (2011)

Titulação	Distribuição 2011
Pública	73,4%
Particular	24,0%
Comunitária	2,5%

Fonte: Base de dados do 9º Encontro da SBPJor.

Os dados acima indicam que a pesquisa em Jornalismo vem crescendo institucionalmente e buscando sua consolidação como atividade reconhecida nos círculos acadêmicos. O número de trabalhos submetidos à avaliação do congresso tem crescido, ano a ano. O esforço de desenvolver estudos em parceria, em programas especiais ou em redes de pesquisadores e instituições é um indício de busca por maturidade científica.

Seção 8

RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E MARKETING

CAPÍTULO 8.1

RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Ivone de Lourdes Oliveira[1]

1 TENDÊNCIAS NA CONTEMPORANEIDADE

As relações públicas podem ser consideradas como um campo de conhecimento estruturado e consolidado, tanto na sua perspectiva teórica quanto na profissional. Isso se deve à árdua tarefa de professores e pesquisadores brasileiros em construir um *corpus* teórico consistente para fundamentar e configurar a prática profissional.

Para pensar esse campo, é preciso entendê-lo como constituinte da gestão, que trabalha os processos relacionais e estratégicos das organizações, além de considerar seu papel técnico-instrumental de apoio às ações organizacionais. Sem pretender abranger todos os processos da gestão organizacional, as relações públicas atuam como área "meio", e seu objetivo é o "fazer" pautado pela fundamentação teórica, pela pesquisa e pelo planejamento, no sentido de validar o negócio, integrando áreas, criando relações com atores internos e externos, construindo sentidos dentro e fora das organizações.

Assim, podemos dizer que o campo tem avançado significativamente na contemporaneidade e, cada vez mais, adquire autonomia acadêmica, devido ao seu amadurecimento conceitual e ao seu reconhecimento como uma área de conhecimento e uma profissão da Comunicação.

O fato de o curso de graduação em Relações Públicas ter surgido atrelado à área de Administração, no Brasil, provocou certo estranhamento em estudiosos e pesquisadores da Comunicação. De acordo com Kunsch (1997, p. 48), a primeira iniciativa foi realizada em 1953: um curso sobre relações públicas ministrado pelo professor norte-americano Eric Carlson, na Escola de Administração Pública da Fundação Getúlio Vargas (FGV), no Rio de Janeiro. Somente na década de 1960 foi instituído o primeiro curso universitário de Relações Públicas, como uma das habilitações da Comunicação Social.

Observamos que esse antecedente histórico refletiu na aceitação das relações públicas no meio acadêmico e também nos fundamentos norteadores da produção científica da área. A maioria dos textos produzidos até início do século XXI

1. Professora da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-Minas) e presidente da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp).

carregou, por muito tempo, as referências dos estudos organizacionais, esquecendo-se do olhar comunicacional, fundamental para o entendimento da relação das organizações com a sociedade, que é o campo de atuação do profissional de relações públicas. Esse descaso com o que acontecia no campo teórico da Comunicação pode ser considerado com uma das causas do estranhamento com as questões que versavam sobre as relações públicas. Como declara Reis (2009, p. 144),

> até os anos 1970, as relações públicas ainda não eram claramente identificadas e reconhecidas como um saber aplicado da área de comunicação, nem pelos estudiosos da área e nem pelos colegas desse campo-*mater*; quando não havia negação, havia dúvidas. Em vez de transformarem essa dúvida em investigações de cunho epistemológico, os pesquisadores brasileiros de comunicação, de maneira geral já preocupados com a questão midiática, ignoravam esta questão, vista por eles como não sendo de sua competência.

No entanto, podemos evidenciar que, hoje, esse estranhamento se encontra superado. A área está consolidada, respeitada e fundamentada pela pesquisa no campo da Comunicação. Grande parte dos estudiosos se preocupa em dialogar com a epistemologia da Comunicação, e isso tem refletido nas produções, além de promover um amadurecimento científico das relações públicas e de incentivar sua expansão. Aos poucos, a comunidade reconhece o esforço dos professores e pesquisadores em aprofundar as reflexões e a importância de articular os conhecimentos produzidos no meio acadêmico com o mundo do trabalho.

A década de 1990 é identificada como a década da mudança. A pós-graduação *stricto sensu* se institucionaliza, a produção acadêmico-científica se torna mais epistemológica, buscam-se caminhos teóricos e metodológicos que permitem entender a sociedade e as organizações. Nesse momento, ampliam-se os estudos sobre a comunicação no contexto organizacional e surgem os primeiros trabalhos com essa perspectiva, caracterizando-a como campo de estudos. Assim, a comunicação organizacional surge atrelada às relações públicas. Há, portanto, uma interdependência e uma similaridade entre elas, apesar de não serem iguais. Cada área tem seus objetos de estudos e de pesquisa. As duas têm algo em comum: as organizações como espaço de atuação profissional e de cruzamento de fundamentos epistemológicos.

Se, por um lado, essa interdependência auxiliou a institucionalização das duas áreas como campos acadêmicos, por outro, a não clareza dos objetos de estudos provocou confusão e dificuldades para reconhecer as diferenças. No entanto, isso não impediu o desenvolvimento de pesquisas e o avanço conceitual, capitaneados por dissertações e teses desenvolvidas em cursos de mestrado e doutorado existentes. Entretanto, as dúvidas e as indagações sobre o significado e a atuação de cada uma permaneciam, o que causava questionamentos entre alunos, professores e pesquisadores.

A criação da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp), em 2006, reforça essa ligação histórica, quando imprime, em seu nome, as duas áreas aqui abordadas. Tendo como finalidade primordial congregar pesquisadores que se dedicam aos estudos e às pesquisas dessas temáticas e profissionais que desenvolvem suas atividades de comunicação nas organizações, essa entidade científica instiga o debate e a interlocução com as Ciências da Comunicação e com outras áreas de conhecimento. Em outras palavras, a Abrapcorp representa a solidificação e o avanço da interlocução entre os dois campos mencionados e promove, ainda, espaços de diálogos entre as comunidades e os órgãos de fomento à pesquisa.

Em 2008, inicia-se um processo de delimitação dos espaços teóricos dessas duas áreas, provocado por debates acadêmicos que aconteceram durante o II Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas, realizado no mês de abril, em Belo Horizonte (MG). A partir daí, foram realizados outros fóruns de debates durante outros congressos, coordenados pelas professoras Claudia Peixoto de Moura e Margarida M. Krohling Kunsch, que resultaram em um número especial da revista *Organicom*[2]. A publicação traz as ideias de vários pesquisadores, defendidas em textos específicos sobre a comunicação organizacional e sobre as relações públicas. Na tentativa de sistematizar a discussão, a revista criou a oportunidade de conversa entre os pesquisadores e se constitui como material didático para utilização em salas de aula. Deixa clara, ainda, a diversidade de posições e de opiniões, indicando a necessidade de continuar a discussão para enriquecer as investigações e as reflexões sobre esses temas.

Em países como Estados Unidos, Canadá, França e Holanda, entre outros, há uma separação nítida entre relações públicas e comunicação organizacional. Em alguns casos, elas pertencem a departamentos diferentes dentro das universidades e não têm interlocução. No Brasil, historicamente, como já foi dito, os dois campos caminham juntos e têm uma relação estreita, apesar da distinção entre eles. Aqui, existem cursos de graduação em Relações Públicas, e somente a Universidade de Brasília (UnB) iniciou um curso de Comunicação Organizacional, em 2008, mas que se encontra sob o olhar de interrogação do Ministério de Educação, que ainda não aceita tal habilitação. A comunicação organizacional é estudada como disciplina na maioria dos cursos de graduação em Relações Públicas e é considerada linha de pesquisa nos cursos de pós-graduação *stricto sensu* das universidades brasileiras.

Comparando as pesquisas e os estudos desenvolvidos atualmente com o que se produzia no período de 1970 a 1990, podemos declarar que vivemos em um momento de ganhos qualitativos e de importante avanço em relação à

2. *Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas* foi lançada em 2004, propondo-se a difundir temas contemporâneos sobre as duas áreas.

produção científica. Naquela época, a produção centralizava-se em questões de caráter tecnicista da profissão, valorizando os fluxos informacionais e a utilização de instrumentos e de veículos de comunicação para melhorar a eficiência e a eficácia das/nas organizações. Os artigos produzidos abordavam o "como fazer", no estilo manual, e os estudos se concentravam em aspectos relativos à informação e à divulgação.

A partir da década de 2000, a produção acadêmica se avoluma e passa a se fundamentar em teóricos que discutem a epistemologia da Comunicação, o movimento da sociedade, as mudanças e as complexidades do mundo contemporâneo, bem como suas influências no trabalho de comunicação desenvolvido nas organizações. Dissertações, teses, artigos e livros refletem essa mudança paradigmática e aprofundam as interfaces com outros saberes, tendo como referência outros autores contemporâneos fora do campo organizacional e da administração. A abundância da produção é confirmada com o lançamento anual de cinco a dez obras inéditas nos congressos da Abrapcorp.

Nesse contexto de avanços, a tendência mais significativa da produção é considerar a organização como ator que interfere na dinâmica social, com políticas e ações, serviços e produtos, da mesma forma com que os grupos sociais – organizados ou não – interferem na vida organizacional. O profissional de relações públicas e/ou de comunicação organizacional tem, então, a função de pensar, implementar e avaliar estratégias de comunicação para promover o relacionamento entre esses atores. Seu papel se destaca no mundo contemporâneo porque cuida dos processos de interação e de interlocução da organização com os grupos com os quais ela se relaciona (públicos).

A multiplicidade dos processos sociais, políticos, econômicos, culturais e históricos que caracterizam o contexto contemporâneo, assim como a inter-relação dessas várias esferas, causam impactos na dinâmica da vida social e, consequentemente, nas organizações. O processo de globalização, atrelado à difusão e ao uso de tecnologias avançadas, intensifica e acelera os fluxos informacionais e comunicacionais, provocando efeito maximizador nos ciclos produtivos das grandes organizações, como também mudanças substanciais na forma de gerir o negócio e de pensar a dinâmica comunicativa no ambiente interno e externo.

Nesse quadro, a organização incrementa seus discursos, amplia sua relação com a sociedade, preocupa-se com sua reputação e reconhece a importância de valores como ética, cidadania, responsabilidade social, sustentabilidade, entre outros, para sua validação pública, modificando a percepção que se tinha sobre gestão de processos de comunicação. Considerando tal cenário, as relações públicas e a comunicação organizacional também passam por grandes discussões e debates sobre sua importância no contexto organizacional contemporâneo.

É preciso compreender as relações públicas como uma área que cuida de processos relacionais e específicos das organizações, enquanto a comunicação organizacional trabalha de forma mais ampla e abrangente os processos comunicacionais estabelecidos com a sociedade, representada pelos grupos sociais que afetam ou são afetados pelas políticas e ações organizacionais. Como a atuação profissional é complexa e variada, torna-se necessária uma formação embasada também em conhecimentos oriundos de outros saberes, tais como administração, política, sociologia, filosofia, economia e linguagem, para entender o cenário contemporâneo, as expectativas e as demandas dos públicos, assim como os valores e a missão da organização para administrar, de forma intencional, seus relacionamentos.

REFERÊNCIAS

KUNSCH, Margarida M. Krohling. *Relações públicas e modernidade*: novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo: Summus, 1997.

REIS, Maria do Carmo. A construção de uma identidade disciplinar e de um corpus teórico para os estudos de comunicação organizacional e relações públicas no Brasil. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). *Relações Públicas e Comunicação Organizacional*: campos acadêmicos e aplicativos de múltiplas perspectivas. São Caetano do Sul: Difusão, 2009. p. 137-163.

CAPÍTULO 8.2

MARKETING POLÍTICO

Roberto Gondo Macedo[1]
Adolpho Queiroz[2]

1 UM OLHAR ESTRATÉGICO SOBRE COMUNICAÇÃO POLÍTICA E MARKETING ELEITORAL NO BRASIL

O ano de 2011 foi marcado por acontecimentos históricos no cenário de pesquisa e mercado da comunicação política e do marketing eleitoral no Brasil, pois celebrou, em um único evento, dez anos de formação da Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político (Politicom) e vinte anos da Associação Brasileira de Consultores Políticos (Abcop).

Trata-se de duas entidades que, nos últimos cinco anos, uniram esforços para inserir, na área acadêmica da Comunicação nacional e internacional, a temática da comunicação com foco nos ambientes político e eleitoral, cuja convergência se deu naturalmente por decorrência de objetivarem o mesmo escopo produtivo: o de aliar pesquisas bibliográficas, amparadas nas mais diversas correntes da Comunicação mundial, com o pragmatismo e o empirismo das ações de consultoria política nas campanhas eleitorais e de comunicação pós-eleitoral.

Apesar de o Brasil ter conquistado sua redemocratização três décadas atrás, o tenro espaço de tempo não foi caráter inibidor de potencializar, regionalmente, profissionais de alto gabarito para a atuação no cenário político e eleitoral, mais precisamente no cerne estratégico de construção, gerenciamento e planejamento estratégico de ações comunicacionais para políticos e agremiações partidárias, corroborando para o fortalecimento democrático e para a competitividade eleitoral profissionalizada.

Sob a coordenação de Adolpho Queiroz e Carlos Manhanelli, dois dos principais desbravadores do universo da comunicação política nacional, Politicom e Abcop realizaram publicações de representativo gabarito e notória respeitabilidade perante seus pares. Nesse contexto, o X Congresso Brasileiro de

1. Professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie e da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Doutor em Comunicação Social pela Umesp. Presidente da Politicom.

2. Professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie e pós-doutor em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF).

Marketing Político, realizado em 2011, serviu como palco para a contemplação dessa aliança estratégica, que objetiva, em segundo momento, promover maior amplitude de ações com novas visões e perspectivas, sob coordenação da nova diretoria da Politicom.

A própria filiação à Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom) demonstra confiabilidade na potencialidade de suas ações e de seus sócios, no sentido de contribuir para a promoção de novas pesquisas e de referências para pesquisadores que se ocupam da comunicação política. Possuir a responsabilidade de interagir como agente multiplicador de canais de debates e reflexões acerca da temática referida é o principal objetivo do grupo interdisciplinar de pesquisadores.

O apoio público do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) às ações de pesquisa da Socicom é ponto de grande confiança na representatividade e na visibilidade que as pesquisas comunicacionais podem alcançar nacional e internacionalmente, interagindo com demais áreas do conhecimento – principalmente as das Ciências Sociais Aplicadas –, o que, de modo inteligente e ágil, fortalece os debates nacionais desenvolvimentistas e construtivistas.

Dezenas de grupos de pesquisa, distribuídos pelos diversos Estados da federação, já produzem materiais relacionados à área política, tanto no contexto comunicacional quanto no das Ciências Políticas. Um exemplo de representatividade concomitante com o trabalho do grupo são as ações estabelecidas, em território nacional, pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (Compolítica), cuja produção é digna das maiores considerações acadêmico-científicas, com congressos bianuais itinerantes por universidades federais.

O X Congresso Brasileiro de Marketing Político ocorreu em agosto de 2011, nas dependências da Universidade Presbiteriana Mackenzie – em São Paulo (SP) –, cujo empenho para a organização do evento junto à diretoria da Politicom foi ímpar e notório, propiciando um evento de sucesso e digno de comemorações emblemáticas. A tradição secular de ensino da entidade e seu perfil integrador e confessional foi um ambiente perfeito para que fossem realizadas discussões de alto nível, tanto nas mesas de debates quanto nos grupos de trabalho.

Em primeiro momento do evento, na noite de abertura oficial, diversas homenagens foram feitas, decorrentes dos emblemáticos anos de experiência conquistados. Dentre as principais homenagens, é possível destacar a realizada pelo prof. Dr. José Marques de Melo, diretor da Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Seu apoio nos últimos dez anos foi fundamental para que o Politicom conseguisse crescer gradativa e sustentavelmente, de um projeto de pesquisa para seminários e, posteriormente, para congressos, culminando, no ano de 2008, na formação da primeira

diretoria da Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político.

O impecável senso gerencial da Cátedra Unesco/Metodista permitiu que pesquisadores de todo o país pudessem ter conhecimento das ações de pesquisas realizadas no campo político e eleitoral, assim como ocorreu com outras vertentes da Comunicação que ganharam a possibilidade de organização e potencial interação com demais grupos de pesquisa do país, como publicidade e marketing, comunicação e saúde, folkcomunicação, etc.

Na homenagem aos vinte anos da Abcop, um ponto representativo que ficou publicamente registrado foi a importância da entidade Politicom na fundamentação da área, que agrega valor significativo para os profissionais que transitam pelo setor político, e no desenvolvimento de ações que propiciam construção, fortalecimento, manutenção e ampliação de imagem pública e identidade governamental.

O momento final das homenagens, na abertura do congresso, foi concentrado no agradecimento aos coordenadores dos últimos dez anos de evento, integralmente do Estado de São Paulo, com entidades que cederam suas dependências para a realização das atividades comuns ao evento anual e que fazem parte da história da entidade como parceiras e colaboradoras do conhecimento na área: Instituto Superior de Ciências Aplicadas (ISCA Faculdades), de Limeira; Faculdades Claretianas, de Rio Claro; Faculdade Anhanguera, de Santa Bárbara D'Oeste; Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), de São Bernardo do Campo; Faculdade Prudente de Moraes; Universidade de Taubaté (Unitau); Centro Universitário Salesiano (Unisal), de Americana; e Universidade Presbiteriana Mackenzie.

Ampliando os horizontes científicos e territoriais da entidade, a Universidade Federal do Paraná (UFPR) apresentou candidatura para sediar o XI Congresso Brasileiro de Marketing Político, em 2012, visando ao fortalecimento do debate na região Sul do país, tendo aprovação unânime dos presentes no evento realizado no Mackenzie, principalmente em decorrência histórica de competência da UFPR no trato de seus eventos e de suas atividades de pesquisa.

Diversos livros foram lançados na sessão editorial do evento, com oportunidade para que os autores fizessem suas considerações acerca das suas produções. É pertinente citar os títulos apresentados: *No espaço cênico da propaganda política*, organizado por Adolpho Queiroz; *Eleições e imprensa em Santa Bárbara D'Oeste*, de Gilson Alberto Novaes; *Jingles eleitorais e marketing político: uma dupla do barulho*, de Carlos Manhanelli; *Marketing político: estratégias globais e regionais*, organizado por Adolpho Queiroz, Monica Franchi Carniello, Edson Oliveira, Roberto Gondo Macedo e Letícia Maria P. da Costa; *De Mané a Lula*, de Lázaro

Silva; *Para que serve a TV Legislativa no Brasil e no mundo*, de Carlos Barros Monteiro; e *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*, organizado por Daniel Castro, José Marques de Melo e Cosette Castro.

Outra contribuição salutar ao congresso foi o desenvolvimento de uma mesa de debate que versou sobre os oitenta anos de vida do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, com a temática "80 anos do intelectual que virou político". Além das discussões apresentadas no formato de mesa de debates e painéis, o Politicom considera fundamental, também, promover o espaço para a discussão de autores da área de comunicação política e eleitoral, utilizando, para isso, da metodologia e da interação dos grupos de trabalho (GTs).

No congresso de 2011, houve oito GTs: Propaganda política no rádio; Propaganda política na televisão; Propaganda política na internet; Propaganda política no jornalismo impresso; Projetos experimentais em Comunicação; Temas livres; Pesquisas eleitorais e opinião pública; Marketing político governamental e pós-eleitoral. Eles agruparam 57 trabalhos, distribuídos de acordo com a aderência temática e a pertinência cientifica, permitindo, via coordenadores, um debate de qualidade e bom nível de interlocução dos autores envolvidos.

Todos os grupos apresentaram uma diversidade de estudos, desde regionais – com especificidades municipais – até análises macropolíticas, envolvendo veículos de comunicação nacionais e internacionais ou campanhas eleitorais proporcionais e majoritárias, além de análises específicas de eleitores e da construção de imagem e identidade pública.

Além dos debates presenciais, a equipe editorial da Politicom busca, periodicamente, disponibilizar publicações editoriais envolvendo os artigos apresentados, por intermédio de livros eletrônicos (e-books), visando a promover maior visibilidade do conteúdo perante demais interessados em outras regiões brasileiras e em outros países de base democrática. O congresso é importante como ambiente aglutinador de pesquisadores e sintetiza novas redes de contatos, promovendo outros tipos de publicações.

Um exemplo pertinente é a participação da entidade na coordenação da sessão temática (ST) de Marketing Político – que reuniu 22 *papers* do Brasil, da América Latina e da Europa –, durante o I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (Confibercom), realizado nas dependências da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). As discussões geradas naquela ST também serão convertidas em publicação eletrônica.

Tal incentivo é justificado pela intensa mudança comportamental da sociedade, decorrente do efeito de convergência de canais eletrônicos, por intermédio de interfaces computacionais, como *tablets* e *smartphones*, facilitadores da leitura

de arquivos digitalizados. Tamanho dinamismo virtual é indubitavelmente contributivo para a democratização da informação e do conhecimento, principalmente em uma área de crescimento e amadurecimento como a da comunicação política.

O X Congresso também foi interlocutor de duas vertentes da entidade: o Prêmio Sérgio Arapuã de Andrade, já em sua terceira edição, cujo objetivo é interagir com discentes de graduação em Comunicação, na apresentação de trabalhos relacionados a campanhas políticas, que simulam candidaturas reais de candidatos locais, de acordo com a regionalidade de cada instituição, e o Festival de Jingles Eleitorais, com sua primeira versão realizada naqeuele evento.

O objetivo do Festival de Jingles Eleitorais – um exemplo de parceria entre Abcop, Politicom e Intercom – é estimular profissionais e pesquisadores a compreender as técnicas de desenvolvimento de jingles eleitorais e a promover uma competitividade saudável entre duas categorias distintas – estudantes e profissionais –, demonstrando a ludicidade e a pertinência estratégica dos jingles em campanhas.

Como convidado especial do Festival, o jinglista Lázaro Silva, do Piauí, considerado um dos mais expressivos profissionais na área e com grande lastro de experiência nas últimas décadas, realizou uma "palestra show".

A assembleia da Politicom, em 2011, foi fundamental e marcante, principalmente pela apresentação da nova diretoria, cuja formação, com pesquisadores e profissionais provenientes das cinco regiões brasileiras, comprova o interesse em continuar promovendo ampliação territorial das ações da entidade, bem como em se integrar com outras redes locais de pesquisa da área.

No triênio 2011-2014, a presidência será exercida pelo prof. Dr. Roberto Gondo Macedo, juntamente como uma equipe de filiados ao Politicom e à Abcop, criando um laço maior de cooperação científica e profissional, com intensa troca de experiências, por meio dos eventos realizados durante o ano.

Além do objetivo de fortalecimento nacional, é intento da Politicom promover integração com países latinos-americanos e com suas respectivas entidades pesquisadoras de temas correlacionados ao marketing político e à comunicação política. Essa integração e cooperação científica objetiva fortalecer um senso de investigação da área, nos mais diversos tipos de interação democrática e eleitoral característica do bloco regional.

A dedicação para o fortalecimento organizacional da entidade é decorrente de um olhar estratégico, em perspectivas mercadológica e científica, além da consideração de fundamental teor relacionada à formação de profissionais e de pesquisadores de alto grau de competência para realizar fundamentações e ações de comunicação no universo nacional e internacional.

CAPÍTULO 8.3

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Eneus Trindade[1]

1 A PUBLICIDADE BUSCANDO SEU ESPAÇO NO CAMPO COMUNICACIONAL

A criação da Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade (ABP2)[2] se deu no conjunto de objetivos do I Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda (I Pró-Pesq PP), realizado na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), em 26 e 27 de agosto de 2010, tendo sido organizado por docentes do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, da linha de pesquisa Consumo e Usos Midiáticos nas Práticas Sociais, e que estão ligados ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo (CRP) da ECA-USP. O evento também contou com apoio de docentes da Universidade Federal de Alagoas (Ufal), da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), da Universidade Federal de Goiás (UFG), da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP), da Universidade Federal do Pará (UFPA), da Universidade Federal do Paraná (UFPR), da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), da Universidade Federal do Ceará (UFC), da Universidade Estadual de Londrina (UEL), entre outras instituições de ensino superior (IES) públicas e privadas das cinco regiões do Brasil, configurando-se, já em sua primeira edição, como a principal atividade dos pesquisadores em publicidade e propaganda e em comunicação e consumo do país, contando com apoio financeiro da Pró-Reitoria de Cultura e Extensão da USP, da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). Tal evento obteve o registro de 170 participantes e de 73 trabalhos publicados em e-book, acolhendo a autoria de pesquisadores doutores nacionais e internacionais (Portugal e Espanha), além de doutorandos e mestrandos na área, vinculados a várias instituições, de todas as regiões do país (TRINDADE; PEREZ, 2010).

---

1. Presidente da ABP2. Vice-coordenador do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PGCOM/ECA-USP) e docente do curso de Publicidade e Propaganda da mesma instituição. Vice-coordenador do Grupo de Estudos em Semiótica Comunicação, Cultura e Consumo (GESC3). Pós-doutor em Antropologia Visual pela Universidade Aberta (Portugal). Doutor e Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Graduado em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

2. A ABP2 encontra-se em processo de legalização e se filiará à Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom) em 2012.

Já em sua segunda edição, realizada nos dias 30 de junho e 1º de julho de 2011, o II Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda (II Pró-Pesq PP) contou com 183 inscritos, 83 trabalhos publicados em e-book e duas conferências (uma internacional e uma nacional), além de um painel exploratório nacional sobre a pesquisa em Publicidade, bem como sobre as pesquisas nesse subcampo da Comunicação em Portugal, na Espanha e no Chile (PEREZ; TRINDADE, 2011).

Pode-se afirmar que essas iniciativas foram um marco na história do campo comunicacional, com foco nos estudos da publicidade, da propaganda e da mediatização do consumo, pois demarcou a maturidade e a capacidade de organização dos pesquisadores desta área de interesse.

A então criada ABP2, desde 2010, visa à consolidação de suas atividades no campo da Comunicação, encontrando abrigo novamente na instituição que foi pioneira na pesquisa e na formação qualificada de pesquisadores na área de Publicidade e Propaganda e que, em 2011, recebeu novamente nomes importantes na pesquisa desta área.

Assim, a ABP2, nascida na ECA-USP, a partir do Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, ocasião em que ocorre a reunião anual desta associação, considera a necessidade da organização de um evento que valoriza os pesquisadores que percebem as potencialidades da propaganda, da publicidade e da mediatização do consumo como objetos privilegiados, nas Ciências da Comunicação, para compreender dos sentidos da vida contemporânea.

A proposta da ABP2, entre seus objetivos, busca:

1) fortalecer a Comunicação e a Publicidade como campos do saber, desenvolvendo ações destinadas à sua consolidação, respectivamente, como grande área e área de conhecimento, perante a comunidade acadêmica e aos órgãos gestores de ciência e tecnologia;

2) representar os associados junto às instituições responsáveis pelas políticas públicas de ciência e tecnologia, aos órgãos reguladores e avaliadores do ensino superior e às agências de fomento à pesquisa científica, artística e tecnológica no país;

3) desenvolver ações destinadas a melhorar a qualidade e diversificação dos aspectos profissionais, bem como do ensino e da pesquisa de graduação e de pós-graduação na área, contribuindo para assegurar as condições para o seu funcionamento em todo o território nacional;

4) fomentar iniciativas para estimular a cooperação entre instituições congêneres e beneficiar espaços regionais ou segmentos disciplinares considerados estratégicos;

5) organizar debates sobre o desenvolvimento científico, artístico e tecnológico da publicidade, da propaganda e da gestão de marca, focalizando problemas comuns e ampliando o conhecimento mútuo e a cooperação entre as diversas entidades da área;

6) promover o diálogo da área com as entidades representativas da indústria, do comércio, das profissões, da sociedade civil e dos movimentos populares, que atuam nos ramos da mídia e da comunicação social;

7) estabelecer articulações com associações congêneres de áreas conexas, no país e no exterior, representando o Brasil nas confederações internacionais da área da Comunicação.

A ABP2, em sua atuação recente, tem buscado a reflexão sobre a formação e o ensino superior no curso de Comunicação Social, na habilitação em Publicidade e Propaganda, bem como sobre o papel dessa área para a pesquisa acadêmica, no âmbito das Ciências da Comunicação. E o faz ao considerar que, no contexto dos últimos 15 anos, o processo de formação em Publicidade e Propaganda no Brasil conquistou espaços na sociedade, formando, atualmente, a maioria dos profissionais que trabalham na área. Além disso, observa-se, a partir da década de 1990, um crescimento gigantesco do número de instituições de ensino superior que passaram a oferecer esse curso em todo país: mais de 400 instituições, conforme o *Guia do Estudante Abril* (BARBOSA; TRINDADE, 2003, p. 1; TRINDADE, 2010, p. 107).

Entendemos que tal crescimento implicou em rápida demanda de contratação de docentes titulados na área (minimamente mestres) e profissionais especialistas com experiência de mercado, que se inserem hoje, pelo ensino no campo da Publicidade e da Propaganda, no contexto da vida acadêmica da Comunicação Social.

Esse aspecto abre a discussão para três focos que se referem: quanto à formação profissional do publicitário; quanto à formação do docente/pesquisador em Comunicação sobre os objetos da publicidade e da propaganda; quanto à qualidade, à inovação e à tipificação dos estudos dos fenômenos nesses objetos para o campo da Comunicação.

De outro lado, sabe-se que há uma carência de espaços de discussão, no campo da Comunicação, que privilegiem o objeto (a publicidade e/ou a propaganda), já que não existia uma associação de pesquisadores e professores em Publicidade e Propaganda, que servisse para posicionar o local adequado desses fenômenos como objetos científicos, exceto pelo espaço oferecido pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), que possui uma Divisão Temática orientada para esse objeto.

Cabe registrar que a Intercom foi fundamental para a criação da ABP2, inclusive oferecendo sessões específicas para apresentação da nova entidade – durante seus congressos de 2010, em Caxias do Sul (RS), e de 2011, em Recife (PE) – e estimulando a adesão de associados.

Mas tal espaço não é observado, por exemplo, na Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), que possivelmente também deveria ser – e é – um local de trânsito para os pesquisadores/docentes atuantes nos programas de pós-graduação em Comunicação do país, formados em Publicidade e Propaganda. Contudo, as temáticas das abordagens sobre Publicidade e Propaganda aparecem diluídas em outras nomenclaturas do evento anual dessa entidade.

Essa ausência da discussão específica sobre a publicidade e a propaganda conota certa rejeição ao objeto em discussão, como fenômeno relevante da Comunicação Social, e/ou falta de articulação de seus representantes, já que outros gêneros midiáticos, como o cinema, o jornalismo ou as tecnologias emergentes, entre outros temas, têm os seus espaços preservados. Talvez ainda prevaleça certo preconceito quanto ao objeto publicitário, talvez por vinculações ideológicas, políticas ou mesmo porque a publicidade, ao estar inserida em todos os meios, não se vincula explícita e restritamente a nenhum deles. É, portanto, objeto fugidio, dinâmico e multiforme. O paradoxal é que é exatamente a publicidade que sustenta esses *media* (BARBOSA; TRINDADE, 2003, p. 1-2).

Reconhecemos, entretanto, que os cursos de Publicidade e Propaganda ainda apresentam, com frequência, um problema clássico da formação superior no Brasil, que se reflete na dicotomia teoria *versus* prática, percebida nas estruturas curriculares – em outras épocas, determinadas/orientadas pelo MEC – que, hoje, têm a perspectiva de serem superadas com a implementação das diretrizes do ensino superior em Comunicação Social propostas pelo mesmo órgão, a partir de 2001, e que agora encontram a necessidade de revisão.

Mas, por razões históricas na formação do ensino superior do país, percebemos que o fantasma da dicotomia teoria *versus* prática ainda atormenta e, talvez, isso deve continuar por muito tempo, pois essa dicotomia coloca o profissional docente e o discente num entrave entre o reconhecimento profissional junto ao mercado e o reconhecimento enquanto pesquisador/teórico na área – dotado de competências para reconhecer as especificidades do fenômeno da comunicação em objetos da publicidade e da propaganda –, sendo que este segundo caso não acontece com frequência, pois a opção primeira é a que prevalece para a maioria dos cursos. Isto é, a preparação de profissionais ágeis e aptos a serem assimilados pelo mercado.

Isso gera um prejuízo à área acadêmica, pois concebe a formação profissional em nível superior com características tecnicistas e contribui para a marginalização

do objeto (a publicidade e a propaganda) e de seus pesquisadores, várias vezes com formação teórica precária em relação aos demais subcampos da Comunicação. E, se não o são, de fato, assim são percebidos, por parte considerável da academia, o que faz enfraquecer as possibilidades de contribuição da nossa área para o campo da investigação midiática como um todo, sendo um desafio para a ABP2 instituir um lugar de devido respeito às pesquisas nessa área da Comunicação.

Também reconhecemos que os conflitos na formação em Comunicação se dão no paradoxo, positivo e ao mesmo tempo negativo, pelo fato de seus intelectuais terem origens em um campo plural de formações em Ciências Humanas. Isso dificulta a construção identitária do campo, que deve ser percebido no aspecto interdisciplinar que lhe é constitutivo.

O estudioso da Comunicação com formação em Comunicação Social não é sociólogo, antropólogo, psicólogo, linguista ou artista. Ele trabalha nessas intersecções e interfaces. Mas, para um intelectual "purista", de qualquer um desses campos, as conexões estabelecidas pelo intelectual formado em Publicidade podem parecer pouco rigorosas, pois o pesquisador na nossa área, ao contrário dos puristas, deve procurar construir uma triangulação teórico-metodológica coerente para melhor dar conta do seu objeto de estudo.

ABP2 surge, então, como entidade para debater o papel da pesquisa em Publicidade e Propaganda, bem como de sua mediação no consumo e na vida social e política na área de Comunicação, oferecendo uma voz institucional, que agora vive o início de sua atuação, a partir do seu processo de registro legal.

Tal iniciativa pode ser vista na perspectiva da noção de *campo científico* dada por Pierre Bourdieu (1983, p. 137), como uma ação de difusão da inovação, que busca a afirmação de um tipo de produção do conhecimento, no campo interdisciplinar da Comunicação, sobre os fenômenos da publicidade, da propaganda e das comunicações para o consumo.

Pautados em Everett Rogers (2003, p. 5, tradução nossa), entendemos que a difusão de inovação "é o processo pelo qual uma inovação é comunicada por certos canais durante um certo tempo, dentre os membros de um sistema social". Cabe à ABP2 abrir esse canal de discussão e representar institucionalmente o pensamento científico comunicacional advindo dos objetos da publicidade e da propaganda.

Os desafios estão lançados. E, assim, esperamos atender às expectativas da comunidade científica dessa área de interesse no campo da Comunicação Social.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Ivan Santo; TRINDADE, Eneus. Momento crítico da Publicidade e Propaganda: avanços, retrocessos e perspectivas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26., Belo Horizonte, 2003. *Anais*... São Paulo: Intercom, 2003.

BOURDIEU, Pierre. O campo científico. In: ORTIZ, Renato (org.). *Pierre Bourdieu*. São Paulo: Ática, 1983. p. 122-155.

PEREZ, Clotilde; TRINDADE, Eneus (orgs.). *Como anda a publicidade?* Porque pesquisar faz bem. Salto: ABP2, 2011. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/propesq/downloads/ebook_II_Propesq_pp.pdf>. Acesso em: 14 set. 2011.

ROGERS, Everett. *Diffusion of innovations*. New York: Free Press, 2003.

TRINDADE, Eneus. Caminhos para pensar a formação docente em Publicidade e Propaganda. In: AQUINO, Victor (org.). *A USP e a invenção da propaganda*: 40 anos depois. São Paulo: Fundac, 2010. p. 105-118.

_____.; PEREZ, Clotilde (orgs.). *Há momentos em que devemos parar*. Parar para pensar os rumos da Publicidade e da Propaganda na contemporaneidade. São Paulo: Schoba, 2010. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/propesq/downloads/ebook_Propesq_pp.pdf>. Acesso em: 14 set. 2011.

ANEXO

Gestão da ABP2 (2010-2013)

Diretoria Executiva e Conselho Deliberativo

Presidente: Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho (ECA-USP)
Vice-presidente: Profa. Dra. Maria Clotilde Perez Rodrigues Bairon Santanna (ECA-USP)
Diretor Administrativo/Financeiro: Prof. Dr. Adolpho Carlos Françoso Queiroz (Universidade Presbiteriana Mackenzie)
Diretores Científicos: Prof. Dr. Jean Charles Jacques Zozzoli (UFAL) e prof. Dr. Leandro Leonardo Batista (ECA-USP)
Diretor Editorial: Profa. Dra. Maria Lília Dias de Castro (UFSM)
Diretor de Relações Internacionais: Prof. Dr. Pedro Antonio Hellín Orutño (Universidad de Murcia, Espanha)
Diretor de Comunicação/Difusão: Prof. Dr. Dirceu Tavares de Carvalho Lima Filho (UFPE)
Diretor de Documentação: Prof. Dr. Goiamérico Felício Carneiro dos Santos (UFG)

Conselho Fiscal

Prof. Ms. Walter Freoa (Faculdade Cásper Líbero)
Prof. Dr. Guilherme Nery Atem (UFF)

Comitê Regional

Região Norte: Prof. Dr. Luiz Cézar S. dos Santos (UFPA)
Região Nordeste: Prof. Dr. Aryovaldo de Castro Azevedo Junior (UFRN)
Região Centro-Oeste: Prof. Dr. Asdrúbal Borges Formiga Sobrinho (UnB)
Região Sudeste: Prof. Dr. João Luiz Anzanello Carrascoza (ESPM, ECA-USP)
Região Sul: Profa. Dra. Maria Berenice da Costa Machado (UFRGS)

Seção 9

SEMIÓTICA

SEMIÓTICA

Ana Claudia Mei Alves de Oliveira[1]

1 APRESENTAÇÃO

O eixo que norteia este relato está voltado à apresentação de como, na abertura da segunda década do século XXI, as teorias semióticas foram empregadas, no Brasil, na área da Comunicação, como modos de abordagem dos fenômenos comunicacionais, em âmbito largo, e dos fenômenos midiáticos, em âmbito restrito.

Em todas as vertentes teóricas, as semióticas definem a visada exploratória que funda o modo de abordar a comunicação entre os homens nas suas conversações face a face, que é transladada a tudo que cria ao assumir a produção de imagem fixa ou móvel, som, audiovisual cinematográfico, televisual, videográfico, game, performance, dança, objeto do design, do urbanismo, da arquitetura, entre tantos mais, e o próprio entendimento de comunicação é assim alargado, uma vez que as práticas comunicacionais que estruturam os modos de estar em relação são repropostos na produção das mídias e vão estabelecer elos interativos entre os seres, os seres e o mundo, os seres e as coisas, os seres e as máquinas, os seres e as mídias.

Essa visada organiza, então, tanto os subsídios conceituais do enfoque quanto as metodologias de investigação, pois ser de conexões em sua exploração relacional de si mesmo e do mundo, e é da estruturação dessa malha relacional sistêmica e processual que as teorias semióticas se ocupam.

Nesses termos, a visualidade, a audibilidade, a tatilidade, o olfação e o olfativo, o gustativo, o cinetismo, em sua ação separada ou em suas diversas sincretizações, constituem um dos universos de preocupação com a percepção, mais precisamente com o como o sujeito fenomenologicamente apreende as manifestações encarnadas nos meios. Os modos de sentir e as ordens estésicas então intervêm e se articulam com as demais ordens etológicas, como os efeitos de sentido do contextual, do situacional, do intersubjetivo e das interações sociais humanas.

---

1. Professora titular da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), dirige pesquisas e ministra cursos no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica, no eixo teórico da Semiótica Discursiva, interessando-se por textos das mídias e das artes. Codirige o Centro de Pesquisas Sociossemióticas (CPS) e coordena o projeto temático de pesquisa coletiva "Práticas de vida e produção de sentido da metrópole São Paulo". Publicou os livros *Neolítico: arte moderna* (São Paulo, Perspectiva, 1989), *Fala gestual* (São Paulo, Perspectiva, 1989) e *Vitrinas, acidentes estéticos na cotidianidade* (São Paulo, EDUC, 1997). Entre as suas organizações, destaca-se: *Semiótica plástica* (São Paulo, Hacker, 2004). Coorganizou, ainda, a coletânea *Linguagens na Comunicação: desenvolvimentos da semiótica sincrética* (São Paulo, Estação das Letras e das Cores, 2009), com L. Teixeira.

Como ordens constitutivas que se imbricam sempre uma na outra, a estésica e a etológica permitem descrição e análise no posto que ocupam de mediação entre o homem e o social.

Uma enorme força tarefa de semioticistas de distintas vertentes estuda, então, as manifestações produzidas, atenta aos modos como são estruturadas pelas articulações dos sistemas de linguagens que tornam usos e processos o outro polo central das investigações semióticas. As formas de apreensão e as de produção dos mundos comunicacionais com as práticas de vida, de ambientações, de interações sociais que, no seu conjunto, formam os sistemas e processos culturais. Nos vários usos dos sistemas, estrutura-se a gama de visadas de mediações, figurativizações, traduções intersemióticas que marca a complexidade das ambientações que os homens tecem e entretecem como seus modos de estar no mundo característicos da era das mídias. Dessa constituição existencial da comunicação e das mídias no social, advém a importância maior dos usos da semiótica como teoria e metodologia que permitem compreender a existência humana nos tempos da cultura das mídias.

A coleta dos estudos semióticos que apresentaremos como desenvolvimento dessa contextualização foi realizada no que consideramos ser fóruns genuínos de mostra do emprego e do alcance das teorias semióticas no campo da Comunicação. Assim, os grandes eventos de 2011 que subsidiam esse levantamento foram os que tiveram apresentações de trabalhos de semioticistas dos mais distintos graus de desenvolvimento.

Foram considerados, primeiramente, o XX Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), realizado em Porto Alegre (RS), de 14 a 17 de junho, e o I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (Confibercom), realizado de 31 de julho a 4 de agosto, em São Paulo, no qual a Associação Brasileira de Estudos Semióticos (Abes) se fez presente como uma das associações organizadoras. Considerou-se, depois, o XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), que se realizou em Recife (PE), de 3 a 6 de setembro, e o IV Congresso Regional da Associação de Semiótica Visual (AISV), ocorrido em Lisboa, de 26 a 30 de setembro, e que foi marcado por uma grande participação de semioticistas brasileiros.

Após essa apresentação geral, passamos à abordagem de caca tipo de evento, considerando, na sua organização e em seus resultados, o lugar ocupado pelas teorias semióticas. Situamos, ainda, que o encadeamento que orienta cada evento é o da ordem temporal de sua ocorrência no ano 2011.

2 XX COMPÓS: GT PRÁTICAS INTERACIONAIS E DE LINGUAGENS NA COMUNICAÇÃO

Após ter existido por uma década, o GT Produção de Sentido nas Mídias deixou de fazer parte dos grupos de trabalhos da Compós, só tendo retornado a integrá-los na nova reclivagem ocorrida no Rio de Janeiro, no ano de 2010. Assim, o primeiro ano de existência do GT Práticas Interacionais e de Linguagens na Comunicação foi 2011, na celebração dos vinte anos da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação.

O formato do encontro da Compós é muito seletivo, sendo aceitos apenas dez textos por grupo de trabalho. Foram apresentados em torno de vinte inscritos e, entre os dez participantes selecionados, um foi escolhido para a função de comentador do texto do outro.

Cada trabalho tem uma apresentação de vinte minutos, que é seguida de problematização com o relato, por mais dez minutos, e debates com os demais membros do GT, ao longo de trinta minutos. Destaca-se o privilégio de estar entre este seleto grupo e poder ter todas as atenções voltadas para a sua produção.

A discussão dos pares é, assim, de fundamental importância para o seleto grupo de expositores. Em Porto Alegre, o GT aprovado em 2010 teve coordenação de Ana Claudia Mei Alves de Oliveira e vice-coordenação de João Batista F. Cardoso.

Quanto à representatividade dos participantes, essa foi majoritariamente de doutores contando com só um mestre e um mestrando. As regiões da formação do grupo caracterizaram-se por seis representantes do Sudeste, três do Nordeste e um da região Sul. Quanto ao tipo de autoria, nove trabalhos foram individuais e um em coautoria.

Sobre os trabalhos apresentados, esses abrangeram vários interesses, com concentração nas linguagens sonoras como categorias de análise do experimentalismo pós-tropicalista na MPB brasileira, elementos sonoros da linguagem radiofônica, mapeamento de novas práticas interacionais no rádio e na internet, com discussão sobre os tipos de participação do ouvinte com eco em muitas outras abordagens sobre os tipos de participação do leitor, da audiência e do interator. Sobre a mídia impressa, registrou-se a análise sobre a revista de divulgação científica com proposta de tipologia das revistas e sobre a estrutura do acontecimento jornalístico. Quanto ao roteiro em novas mídias, houve uma abordagem a partir da teoria da linguagem. Sobre o discurso televisual, foram analisados a recorrência do falar de si: a ação autopromocional e o discurso da construção das coberturas jornalísticas. Ainda foram apresentadas as bases para uma metapesquisa em Comunicação, que terá como escopo as pesquisas apresentadas nos eventos da Compós.

3 I CONFIBERCOM: ST SEMIÓTICA DA COMUNICAÇÃO

Em sua primeira edição, realizada no Brasil, com mais de 870 trabalhos inscritos, dos quais 576 foram selecionados, o I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana envolveu a Confederação das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Confibercom) e a Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom). Nessa parceria promocional, reuniram-se, em São Paulo, no Museu de Arte de São Paulo (Masp) e na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), pesquisadores atuantes no campo da Comunicação, cujos trabalhos foram distribuídos em dezesseis sessões temáticas (STs), entre as quais a de Semiótica da Comunicação, coordenada pela Associação Brasileira de Estudos Semióticos. Foram dois anos de preparação do evento, e a Abes esteve representada por Ana Claudia Mei Alves de Oliveira (PUC-SP) e Ana Silvia Médola (Unesp).

Seguimos dando destaque às três frentes de ação que constituíram a participação da Abes no I Congresso. A primeira se deu com a projeção e a realização do ato cultural especial de abertura do evento: uma performance artística – "Por mares nunca dantes navegados" –, no quarteirão do Masp, na Avenida Paulista. O propósito era adentrar o auditório do Masp em passos conjuntos, encaminhando as autoridades convidadas e o público participante, de modo que todos adentrassem significativamente o espaço que abrigava a sessão solene de abertura. A propositiva dessa acolhida foi de Ana Claudia Mei Alves de Oliveira e de Jô Souza, que traçaram como linha mestre a seguinte ideia:

> Fundamentada na poesia de Luís de Camões e Fernando Pessoa, esta performance foi concebida para além de um recorte histórico. Não procura reproduzir as figuras do passado, mas lança um olhar sensível para o mar, o ar e essa terra tal como foi descoberta e colonizada pelos navegantes. O grafismo dos mapas, a caligrafia das cartas, os relatos das expedições tramam a tessitura visual das roupas: a rigidez da influência europeia, com a sua alfaiataria precisa, contrasta com os tecidos mais fluídos remodelando novos corpos sociais do povo brasileiro. Quando aqui desembarcaram, os portugueses estavam cobertos de vestimentas escuras e pesadas, mas, segundo Oswald de Andrade, se fosse um dia de sol, todos acabariam despidos. A intenção não é parodiar o passado, deformando as roupas de época, e sim promover uma estilização. No conceito de Mikhail Bakhtin, uma (re)forma, ou seja, a invenção de novas linhas a partir dos antigos trajes. Com esta performance, passado e presente se encontram na espacialidade das ruas de São Paulo. Os "looks" foram confeccionados por talentos emergentes da moda[2], que, a partir da premissa do referencial histórico e literário, buscam expandir os horizontes do saber e singrar novos mares. O objetivo geral é provocar curiosidade e chamar a atenção para as múltiplas conexões entre a literatura de língua portuguesa e a criatividade plástico-dramática.

2. A concepção dos "looks" femininos foi de Andiara Pires, Carolina Rodrigues e Tabata Resende, sendo a execução de Maurice Fuckner. A concepção e a execução dos "looks" masculinos foram de Marcio Akiyoshi. Produção executiva e styling da performance de Jô Souza, Carolina Rodrigues, Andriara Pires e Tabata Resende.

No prosseguimento, foi apresentado o audiovisual intitulado *Visibilidade midiática de São Paulo*, organizado a partir da pesquisa coletiva do Centro de Pesquisas Sociossemióticas (CPS), que desenvolve o projeto "Práticas de vida e produção de sentido da metrópole São Paulo: regimes de visibilidade, regimes de interações e regimes de reescritura". A linha mestre do audiovisual apresentava aspectos da investigação desenvolvida na parceria interinstitucional entre a Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP e a Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (Faac) da Universidade Estadual Paulista (Unesp), que acabara de receber fomento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), na modalidade de projeto temático. Balizava o audiovisual o seguinte texto-síntese:

> São Paulo, metrópole paulistana que, na América Latina, é destacada por seus traços multiculturais de um centro sócio-econômico-político-cultural dos mais pulsantes, tem nas formas de organização de sua vida cotidiana uma identidade que se aproxima das demais cidades latino-americanas, mas também de outras metrópoles globais. Em uma grande tela, será veiculada uma montagem da visibilidade da cidade de São Paulo no espaço midiático, construída a partir de distintas imagens fotográficas, publicitárias, fílmicas, televisuais, jornalísticas, radiofônicas e da internet, que fazem ver a metrópole e seus modos de vida. Em recortes dos modos de estar presente no social, a São Paulo da mídia na montagem é um pensamento imagético e sonoro sobre as práticas de vida urbana na Pauliceia.

Além da própria localização do evento em São Paulo, com sua abertura no Masp – em uma das artérias mais impactantes da metrópole –, também registrou-se uma grande participação paulista e paulistana nas atividades várias planejadas, afora uma expressiva participação das regiões Sudeste e Sul. Merecem destaque as representações do Norte, do Nordeste e do Centro-Oeste, que marcaram presença no evento, assim como um significativo número de participantes de países do Cone Sul – Argentina, Uruguai, Bolívia e Chile – e de países ultramarinhos, como Portugal e Espanha.

No quadro geral, os trabalhos inscritos para a ST Semiótica da Comunicação foram agrupados por campos de investigação nas seguintes sessões: "Semiótica da publicidade", "Semiótica do audiovisual" e "Semiótica da visualidade", com oito trabalhos em cada uma; "Semiótica do espaço e das práticas de vida" e "Semiótica, discurso, mídia impressa", com nove apresentações em cada agrupamento; e, para o encerramento do encontro, foi montada uma sessão com quatro exposições de pesquisadores com pós-doutoramento, que permitiu uma discussão geral das várias correntes semióticas participantes do evento.

Foram apresentados, no total, quarenta e seis trabalhos, com uma ampla representação das teorias semióticas desenvolvidas no país. Assim, o escopo teórico centrou-se nas teorias semióticas de Algirdas Julien Greimas, na semiótica da

cultura, na vertente da Escola Tartu-Moscou e da Escola Alemã, e na semiótica de Charles Sanders Peirce. Graças à colaboração de renomados semioticistas, as sessões tiveram coordenadores especializados nos objetos que determinaram os agrupamentos, e esses debates alargados foram importantes em termos de abrir diálogos entre as várias correntes teóricas e metodológicas.

4 XXXIV INTERCOM: GP SEMIÓTICA DA COMUNICAÇÃO

O Grupo de Pesquisa (GP) Semiótica da Comunicação da Intercom foi criado em 1992, pela semioticista Eliana Antonini Pibernat (PUCRS). Foi coordenado pela semioticista Irene de Araújo Machado (ECA-USP), de 1998 a 2007. E, atualmente, fazem sua coordenação e vice-coordenação Regiane Miranda de Oliveira Nakagawa (PUC-SP) e Alexandre Rocha da Silva (UFRGS).

Todos os dados de que nos servimos nesta parte do relato foram tomados do relatório elaborado pela coordenação do GP – a respeito do evento de setembro de 2011 –, a quem vivamente agradecemos. A partir dos dados do relatório, destacamos, em primeiro lugar, as regiões e o número de trabalhos apresentados.

As participações regionais contaram com: região Sudeste, 9 trabalhos; região Sul, 7; região Nordeste, 1; região Norte, 3; e região Centro-Oeste, 5. Esses dados indicam a concentração de participantes do Sul e Sudeste, mas apontam também que estão sendo seguidos de perto pelos do Centro-Oeste, o que é uma constatação muito animadora.

Quanto às bases teóricas que fundamentaram as abordagens, a escola mais expressiva em número de trabalhos foi a do filósofo norte americano Charles Sanders Peirce, seguida pelos que se apoiam na Escola de Tártu-Moscou e na Escola de Paris, desenvolvida em torno de Algirdas Julien Greimas. De longa data, esse cenário de contribuições tem mostrado como são férteis os debates entre os aportes teóricos e como essas discussões ajudam a explicitar os horizontes das análises semióticas. Ainda foram presenças teóricas do GP Jacques Derrida, Gilles Deleuze, Harry Pross, Marshall McLuhan, Walter Benjamin, Mikhail Bakhtin, Muniz Sodré e Décio Pignatari.

Estabelecer uma rede de relações dialógicas é, pois, uma necessidade a ser cultivada, e os pesquisadores do campo da Semiótica da Comunicação encontraram no temário geral do congresso da Intercom – "Quem tem medo da pesquisa empírica?" – uma profícua ambientação para discussões aprofundadas, uma vez que a abordagem desse tema, pode-se considerar, atuou recobrindo majoritariamente os trabalhos. O fato é que, independente das correntes teóricas, os semioticistas ocupam-se de objetos empíricos e é a partir do objeto fenomênico que o "modelo" de análise é construído, quer no método semiótico-estrutural da Escola Tartu-Moscou, com grande destaque aos trabalhos de Iuri Lótman, quer no da

semiótica francesa, cuja referência bibliográfica é Algirdas Julien Greimas. No mesmo cenário, outras apresentações ainda se ocuparam do estabelecimento de inter-relações da abordagem semiótica com algum sistema cultural específico.

As sessões foram assim organizadas em termos de campos ou objetos de análise em: "Semiótica, teoria e epistemologia", "Semiótica e cinema", "Semiótica e espaço urbano", "Semiótica e jornalismo" e "Semiótica e publicidade".

O fato de os trabalhos serem comentados por um comentarista, ao final de cada exposição de trabalhos, propiciou um retorno de qualidade aos expositores, além de terem atuado também como estímulos à discussão entre os participantes, que não são só ouvintes mas uma assistência participante que mostrou-se bastante atuante nos debates inseridos no final de cada sessão.

5 IV CONGRESSO REGIONAL DA AISV

Em 2011, como preparatório do evento bianual da AISV, que ocorrerá em início de setembro de 2012, em Buenos Aires, Argentina, ocorreu em Lisboa, Portugal, de 26 a 30 de setembro, seu IV Congresso Regional. Nas terras portuguesas, a semiótica era apresentada com sotaque do português do Brasil. O fato não foi uma constatação inteiramente nova, pois já se havia tido essa impressão no encontro da Federação Lusófona de Ciências da Comunicação (Lusocom) de 2009.

O evento teve cinco temas para a reflexão e debate: 1) Semiótica e sistemas de valor: novos espaços e novas modalidades visuais; 2) Semiótica e estruturação das produções visuais; 3) Semiótica e ciberespaço: novos parâmetros espaciais, novas modalidades visuais?; 4) Novos espaços e morfologias; 5) Espaços de vivência.

Dos 110 participantes, quase 40 eram provenientes de instituições brasileiras, que apresentaram estudos sobre publicidade, cinema, dança, design, moda, Carnaval, televisão, cibercultura, performance, pintura, história da arte. Outro fator era a presença de pesquisadores dos mais variados níveis – de pós-doutores a mestrandos –, o que indica a vitalidade da Semiótica nos centros de estudo e de formação pós-graduada de investigadores.

6 À GUISA DE ALGUMAS CONCLUSÕES

Ressaltamos, no relato da Compós e no da Intercom, que, mesmo a participação de semioticistas do Sudeste tendo se mantido expressiva, esses dois eventos mostraram outras duas nucleações de semioticistas que se fizeram notar pelo número de participantes. Esses são o caso do Centro-Oeste, no congresso da Intercom, e do Nordeste, no encontro da Compós. Consideramos que essa constatação indica relevância de novos centros formadores nessas regiões, os quais têm ministrado as teorias semióticas em suas graduações e pós-graduações. Por outro

lado, observou-se também nos dois eventos um decréscimo da participação de semioticistas da região Sul do país. Teriam havido mudanças que justificariam esse novo quadro? Uma investigação mais sistemática caberia ser feita em termos das estruturas curriculares e das linhas de pesquisa das regiões, o que poderia ser levado a cabo em um futuro próximo, a fim de poder elaborar um estudo mais detalhado sobre a situação.

Outro ponto importante que merece destaque nesse arrolar de pontos conclusivos é o fato de que as teorias semióticas têm se colocado sistematicamente como perspectiva teórica dos estudos dos fenômenos comunicacionais. Tanto aparecem nas exposições em reuniões científicas – como buscamos mostrar no estudo de expressivos eventos da área, realizados no Brasil – quanto ainda em mais de uma centena de teses e dissertações a serem defendidas anualmente com esses aportes teóricos e metodológicos.

Essa formação sistemática de semioticistas nos quadros dos cursos de doutorado e mestrado pareceu-nos ser a característica diferencial observada entre o número de trabalhos com o aporte semiótico que foram apresentados nos eventos do Brasil e no de Portugal. Ao integrar os eixos das disciplinas fundamentais da formação dos pós-graduandos, as teorias semióticas são postas ao lado de outras teorias com as quais estabelecem diálogos que resultam em ricas interfaces. Sem dúvida, essa condição de inserção teórica na universidade brasileira tem sido a grande força incentivadora para a assunção das teorias semióticas, que garantem o seu contínuo desenvolvimento em novas pesquisas. Dessa forma, advém da institucionalização das semióticas no sistema brasileiro de pós-graduação a sua inserção nos eventos mais significativos da área de Comunicação. Situação similar ocorre também na área de Linguística e Letras, mas não temos um quadro da situação em outras áreas do saber, como Artes, englobando Artes Visuais, Música, Literatura e Arquitetura, nem no Design, em sua gama de especialidades, entre outras.

No fim, este é apenas o começo com o traçado de muitos novos delineamentos de pesquisas conjuntas que precisam ser montadas para poderem ser realizadas. Os resultados ajudaram na constituição do lugar das teorias semióticas na área de Comunicação, mas não só. Este é o ponto de partida.

PARTE III

FLAGRANTES DA SOCICOM

CAPÍTULO 1

O FORTALECIMENTO DA COMUNIDADE ACADÊMICA DA COMUNICAÇÃO

Francisco de Assis[1]

1 APROXIMAR PARA EXPANDIR

No momento que provavelmente se caracteriza como ponto forte de sua "maturidade" (MARQUES DE MELO, 2003, p. 275), o campo[2] acadêmico da Comunicação no Brasil ainda tem uma missão a cumprir: ultrapassar as próprias barreiras.

É perceptível, por uma série de razões, que as Ciências da Comunicação já se fortaleceram como espaço autônomo de produção intelectual e de difusão de ideias (FADUL, 2003, p. 265) – embora em constante diálogo com outros saberes constituídos[3] –, capaz de sustentar os trabalhos da comunidade científica que se reúne em torno de um objeto comum – os fenômenos comunicacionais – e, também, de subsidiar as práxis relativas ao mercado midiático, nas suas mais variadas vertentes e possibilidades. Tudo isso, no entanto, não basta. A demanda que urge, agora, é a da extensão do próprio campo, ou seja, o desafio de retirar o pensamento comunicacional dos limites do "gueto acadêmico" – imagem estigmatizada do ambiente universitário (SOCICOM FOMENTA..., 2011, online) –, projetando-o no mais além.

Em outras palavras, o avanço, o contínuo fortalecimento e a expansão da comunidade acadêmica da Comunicação só podem ocorrer a partir de uma via: aquela que a conduz para seu exterior, para o "lado de fora", para lá dos "muros" formados durante o processo de legitimação do campo. E, nesse sentido, o Brasil apresenta sinais de liderança, em relação a outros países da América Latina ou da região ibero-americana, em razão de sua constante busca por reunir iniciativas –

---

1. Professor do curso de Jornalismo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP). Doutorando e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). e-mail: francisco@assis.jor.br.

2. Entendemos a noção de campo conforme definição de Pierre Bourdieu (1983, p. 122), segundo quem o campo é lugar de "lutas", onde está em jogo "o monopólio da *autoridade científica* definida, de maneira inseparável, como capacidade técnica e poder social". É, portanto, espaço no qual ocorrem constantes batalhas em busca de legitimação, dentro do universo da Ciência.

3. Nota de edição: sobre esse aspecto, recomenda-se leitura atenta do texto de Antonio Hohlfeldt e Marialva Barbosa, inserido como item 1 da Parte II deste volume do *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*. Além disso, é interessante dizer que as pesquisas realizadas no campo – principalmente aquelas vinculadas a grupos formais – têm se aberto a discutir fenômenos que ultrapassam as subáreas da Comunicação definidas pelos órgãos reguladores, diversificando vocabulários e, principalmente, valorizando elementos multifacetados do cenário social, os quais nem sempre têm relação com a mídia, conforme observamos anteriormente (GOBBI; ASSIS, 2011, p. 13-14).

principalmente as que são formalmente organizadas, tais como sociedades e associações científicas – eficientes para dilatar sua produção e suas relações com o mundo social.

A posição de vanguarda do país é verificada há muito tempo[4], tanto na constituição quanto na ampliação do campo comunicacional. Primordialmente, coube à Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) a tarefa de reunir, sistematizar, organizar e formar pesquisadores, professores, estudantes e profissionais do mercado, a fim de compor o que, hoje, podemos chamar de comunidade acadêmica da Comunicação. Agora, cumpre à Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom) – e a suas afiliadas, consequentemente – o papel de tornar o campo outrora construído em espaço aberto para diálogos bem mais produtivos do que aqueles tão somente suscitados em seu interior.

Nestas linhas, temos o intento de sinalizar a dinâmica que rege os trabalhos da Socicom, isto é, o movimento que atrai e ao mesmo tempo espalha os saberes dispersos da Comunicação, processo este que se dá na reunião de entidades representativas – e, obviamente, dos sujeitos que as constituem –, ao mesmo passo em que alarga suas proporções.

2 O PAPEL DA SOCICOM

A Socicom foi criada, oficialmente, no dia 2 de setembro de 2008, em Natal (RN), durante as atividades que antecederam[5] o 31º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, promovido pela Intercom e realizado na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Como seu próprio nome indica, trata-se de uma entidade que aglutina associações científicas e acadêmicas de Comunicação do país. Seu objetivo primordial, por isso mesmo, é se fazer representante de múltiplas ramificações de pesquisadores e de instituições congêneres, de modo a reivindicar, junto a órgãos competentes, uma colocação mais adequadas da Comunicação na Tabela das Áreas do Conhecimento (TAC)[6], visto que nosso campo está, ainda hoje – e mesmo com a movimentação crescente de entidades científicas e de cursos de pós-graduação específicos[7] –, subordinado à grande área Ciências Sociais Aplicadas.

4. Nota de edição: o texto de Marialva Barbosa e Nélia Del Bianco – item 2.3 da Parte I deste volume – oferece informações detalhadas sobre o pioneirismo do campo acadêmico da Comunicação no Brasil, em relação a outros países, inclusive da Europa.

5. No formato do congresso nacional da Intercom, essas atividades se inserem no espaço denominado "pré-congresso".

6. A Tabela das Áreas do Conhecimento, definida pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), reconhece oito grandes áreas, como componentes da ciência institucionalizada no Brasil, assim denominadas: 1) Ciências Exatas e da Terra; 2) Ciências Biológicas; 3) Engenharias; 4) Ciências da Saúde; 5) Ciências Agrárias; 6) Ciências Sociais Aplicadas; 7) Ciências Humanas; 8) Linguística, Letras e Artes. A elas, soma-se a área que, por enquanto, é denominada como "Outros", à qual estão submetidas as seguintes áreas: Bioética, Ciências Ambientais, Defesa e Divulgação Científica.

7. Nota de edição: Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Richard Romancini – no item 2.4 da Parte I – discutem muito bem a questão, apresentando dados atuais e representativos sobre esse cenário.

Em termos mais específicos e conforme seu estatuto[8], a Socicom foi constituída em razão dos seguintes objetivos:

> I – fortalecer a Comunicação como campo do saber, desenvolvendo ações destinadas à sua consolidação como Grande Área de Conhecimento perante a comunidade acadêmica e aos órgãos gestores de ciência e tecnologia;
>
> II – representar os associados junto às instituições responsáveis pelas políticas públicas de ciência e tecnologia, aos órgãos reguladores e avaliadores do ensino superior e às agências de fomento à pesquisa científica, artística e tecnológica no país;
>
> III – desenvolver ações destinadas a melhorar a qualidade e diversificação do ensino e da pesquisa de graduação e pós-graduação na Área, contribuindo para assegurar as condições para o seu funcionamento em todo o território nacional;
>
> IV – fomentar iniciativas para estimular a cooperação entre instituições congêneres e beneficiar espaços regionais ou segmentos disciplinares considerados estratégicos;
>
> V – organizar debates sobre o desenvolvimento científico, artístico e tecnológico da Comunicação, focalizando problemas comuns e ampliando o conhecimento mútuo e a cooperação entre as diversas entidades da Área;
>
> VI – promover o diálogo da Área com as entidades representativas da indústria, do comércio, das profissões, da sociedade civil e dos movimentos populares, que atuam nos ramos da mídia e da comunicação social;
>
> VII – estabelecer articulações com associações congêneres de áreas conexas, no país e no exterior, representando o Brasil nas confederações internacionais da Área de Comunicação.

O processo de fundação da entidade revela interesse em consolidar a área da Comunicação junto aos responsáveis pelos padrões e pelos procedimentos cabíveis ao avanço científico, principalmente a organismos públicos federais, tais como o Ministério da Educação (MEC) ou o Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT) – e coordenações, conselhos e institutos a eles subordinados –, e a fundações estaduais de amparo à pesquisa. Mas sua tarefa não se encerra aí. Uma observação apurada dos itens reproduzidos há pouco, extraídos do estatuto da Socicom, permite-nos compreender que sua atuação se dá no sentido de acertar os descompassos que ainda atrapalham o avanço de nossa área para outros rumos.

A questão, na verdade, é antiga. Desde seus primórdios, na década de 1960, a comunidade brasileira das Ciências da Comunicação cresceu consideravelmente, em níveis de graduação e de pós-graduação (KUNSCH, 2010, p. 18). E podemos assegurar que isso se deu tanto em termos quantitativos – número de pesquisadores e de professores titulados, de associações, de eventos, de produções bibliográficas, de habilitações em cursos de graduação, etc. – quanto em termos qualitativos – formação de

8. O estatuto da Socicom encontra-se disponível na página web da entidade, no endereço www.socicom.org.br.

profissionais preparados para as novas exigências do mercado, circulação internacional, promoção de intercâmbios intelectuais com outros países (por meio de colóquios e de outras parcerias), programas de doutorado sanduíche, etc. No entanto, deixa a desejar, desde sempre, "uma interlocução permanente com o Estado", falta que "vem ensejando o desenvolvimento de estudos nem sempre afinados com as demandas da sociedade", como bem lembrou o prof. Dr. José Marques de Melo, em discurso proferido no Escritório da Presidência da República, em São Paulo (SP), no dia 11 janeiro de 2011[9].

Ao reunir entidades da área, "constituindo-se em fórum legítimo e adequado para o debate constante sobre o desenvolvimento científico, artístico e tecnológico da Comunicação", a Socicom deseja estimular unidade em meio à diversidade que, tradicionalmente, marca o campo. Assim, consegue cumprir "a função de representar de modo articulado os interesses das associações frente aos órgãos públicos e privados", com vistas a melhorar qualitativamente a pesquisa e o ensino em Comunicação no Brasil (A SOCICOM, 2012, online).

Tudo isso só é possível, evidentemente, com o apoio de suas afiliadas, as quais, atualmente, são as seguintes:

- Associação Brasileira de Estudos Semióticos (Abes);
- Associação Brasileira de Jornalismo Científico (ABJC);
- Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar);
- Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber);
- Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp);
- Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor);
- Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós);
- Capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (Ulepicc-BR);
- Fórum Brasileiro de Ensino de Cinema e Audiovisual (Forcine);
- Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ);
- Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação (Rede Folkcom);
- Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (Socine);

9. O discurso de Marques de Melo foi lido durante o Seminário Ipea – Panorama Brasileiro das Comunicações e das Telecomunicações, evento que marcou o lançamento da primeira edição do *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*.

- Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom);
- Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político (Politicom).

A esse grupo, deverá se unir, ainda em 2012, a Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade (ABP2), criada em 2010, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP)[10].

O trabalho da Socicom, apesar de estruturado em projeções coerentes com as necessidades do campo – descritas no estatuto e em outros documentos da federação –, requer olhar atento e constante às transformações ocorridas no mundo, principalmente no que tange às inovações de ordem tecnológica. Somente a observação que extrapola os próprios limites permite os saltos esperados. Por isso mesmo, ainda há muitas etapas a superar.

3 DESCORTINANDO O CENÁRIO

O maior desafio da Socicom, em meio a tudo o que foi dito até aqui, é "compreender as demandas cognitivas da sociedade para sensibilizar os pesquisadores a incluí-las em seus programas de pesquisa, bem como influir sobre os dirigentes estatais no sentido de convertê-las em prioridades públicas", conforme avaliação feita pela própria entidade (SOCICOM FOMENTA..., 2011, online).

Compreende-se, portanto, que o desenho de um cenário adequado a uma atuação propícia a gerar frutos não apenas para nosso campo do conhecimento – mas, também, e talvez principalmente, para outras esferas da sociedade – ainda está em processo de reconhecimento pela comunidade acadêmica. Não se trata de exercício simples, mas sim de projeto coletivo, que deve resultar da união de esforços.

Para a Socicom, a possibilidade de identificar essas demandas deve se dar, inicialmente, com a desfragmentação do campo. Não à toa sua proposta é congregar as associações a ela filiadas, estimulando-as a dialogar entre si, para, posteriormente, avançar no colóquio com outros setores da sociedade. Ana Silvia Médola (2010, p. 33) assegura que "a intensificação do conhecimento mútuo entre as associações" favorece "a identificação de problemas comuns e a consequente busca por soluções".

Esse exercício tem sido feito, dentre outras maneiras, com a promoção dos Seminários de Integração Institucional. Entre 2009 e 2011, foram realizadas três

10. Nota de edição: o processo de criação da ABP2 e suas primeiras iniciativas estão documentados no texto de Eneus Trindade, inserido como item 8.3 da Parte II deste volume.

edições[11], e o próximo está agendado para março de 2012[12]. Nessas ocasiões, são discutidos aspectos referentes não só à própria Socicom como também à área em que ela está inserida.

O 1º Seminário, de 2009, por exemplo, tratou de metas institucionais, formas de integração nacional, meios de cooperação internacional, difusão científica e desafios organizacionais. O ponto crucial, no entanto, foi o debate no qual foram apresentadas "propostas sobre assuntos estratégicos" e elencados alguns importantes questionamentos, relatados por Jovina Fonseca (2009, online): 1) "o que as sociedades científicas podem fazer para o reconhecimento da Comunicação como grande área do conhecimento dentro do sistema nacional de C&T?"; 2) "como proceder para dar legitimidade à representação da área nas agências de fomento científico e acadêmico?"; e 3) "quais as ações necessárias para fortalecer a área na comunidade mundial das Ciências da Comunicação?"[13].

Em 2010, a pauta do 2º Seminário de Integração Institucional voltou a levantar essas questões. Mas a tônica do encontro, desta vez, foram as políticas de difusão e divulgação científica, retratadas na palestra ministrada pela presidente da ABJC, Mariluce Moura, que também é diretora de redação da revista *Pesquisa FAPESP*[14]. A partir de suas considerações, os debates convergiram para as iniciativas que devem ser destinadas a fortalecer o papel das Ciências da Comunicação dentro do sistema nacional de ciência e tecnologia, sendo discutida, ainda, "a necessidade de constituição de uma base de dados com informações atualizadas sobre a área de Comunicação no país capaz de centralizar os dados de diferentes fontes, de modo a subsidiar a instalação de um Observatório de Políticas Públicas na área da Comunicação" (MÉDOLA, 2010, p. 33).

Por fim, o 3º Seminário, de 2011, procurou refletir sobre as contribuições que a comunidade acadêmica da Comunicação pode oferecer ao Estado e à sociedade civil. Para sustentar o debate, duas instituições foram convidadas a participar: a Confederação das Fundações de Amparo à Pesquisa dos Estados Brasileiros (Confap) e a Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC).

---

11. Os três eventos foram realizados na cidade de São Paulo. O primeiro seminário ocorreu em 16 de março de 2009, na Universidade Estadual Paulista (Unesp); o segundo, em 22 de março de 2010, na ECA-USP; o terceiro, por fim, em 25 de março de 2011, na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

12. Conforme calendário da Socicom, o evento deverá ser realizado no dia 22 de março de 2012, na Universidade Presbiteriana Mackenzie.

13. Durante o 1º Seminário, ainda foram designadas comissões para discutir assuntos sobre a área, principalmente no que diz respeito à pós-graduação. Entre os trabalhos, destacou-se o referente ao Sistema Qualis, adotado pela Capes para avaliar programas de pós-graduação. "Com o objetivo de ampliar o conhecimento sobre esse sistema de avaliação, a comissão constituída como instância de estudo e fomento à discussão da matéria entre os representantes das associações afiliadas, apresentou a sugestão de ouvir a Compós e convidar um(a) ou mais pesquisadores(as) que tenham sido membros(as) de Comissão Qualis/Capes para participar de evento da Socicom" (COMISSÃO..., 2010, online), visando a integrar os representantes das associações afiliadas ao sistema, ainda desconhecido por muitos.

14. Nota de edição: nesta edição do *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*, Mariluce Moura discute avanços na divulgação científica brasileira, citando exemplos de iniciativas acadêmicas e do mercado. Seu texto encontra-se no "Volume 1 – Indicadores", como item 4 da Parte II.

Representando o Estado e a Confap, a jornalista Vanessa Oliveira Fagundes expôs, aos integrantes da Socicom, possíveis fontes de fomento a pesquisas, às quais as associações podem recorrer; além disso, esclareceu quais são as diretrizes que regem esse sistema, que contabiliza, atualmente, mais recursos que o próprio governo federal. Já o diálogo com a sociedade foi mediado pela diretora da SBPC, Lisbeth Cordani, professora aposentada do Instituto de Matemática e Estatística da USP; sua fala revelou a "opção" daquela entidade por "priorizar a educação básica no programa de trabalho em desenvolvimento, atendendo às aspirações dos movimentos sociais e das comunidades regionais" (SOCICOM FOMENTA..., 2011, online).

O terceiro seminário da Socicom também contou com a participação do jornalista Daniel Castro, assessor-chefe de imprensa e comunicação do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), que noticiou a repercussão do *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil* no Planalto Central, bem como anunciou a decisão do instituto em publicar nova edição, a que ora fazemos chegar aos leitores.

Fazendo um balanço dessas iniciativas, podemos afirmar que o campo brasileiro da Comunicação acordou para a urgência de expandir suas relações. Seu fortalecimento, por conseguinte, depende das articulações que possam ser pensadas e executadas, a curto e a médio prazos.

4 A RELAÇÃO COM O ESTADO E COM A SOCIEDADE

O binômio Estado e sociedade – teor das discussões suscitadas no 3º Seminário de Integração Institucional – revela os principais interlocutores e os focos primordiais de interesses da Socicom. É justamente com essas duas esferas que a federação espera estreitar e melhorar seus vínculos, a fim de que a comunicação seja inserida na "ordem do dia", como aspecto importante e "estratégico" na condução sociopolítica do Brasil (CASTRO, 2010, p. 14).

Tal meta já havia sido delimitada no ato de instalação da Socicom, realizado em 1º de dezembro de 2008[15]. Durante aquela primeira reunião ordinária, ficou estabelecido que, no plano nacional, uma das "ações substantivas" a serem empreendidas seria o "diálogo com representantes do Estado" – como MCT, MEC, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), Ministério das Comunicações, Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), entre outros – e com a sociedade civil – representada por entidades como SBPC, Academia

15. Reunião na qual o conselho deliberativo da Socicom aprovou o plano de metas da entidade para o biênio 2008-2010, "priorizando ações que focalizam a presença da academia no espaço público, mas destacando a difusão da produção científica brasileira no âmbito mundial das Cências da Comunicação" (SOCICOM DIVULGA..., 2008, online).

Brasileira de Ciências (ABC), Associação Nacional de Jornais (ANJ), Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, etc. (SOCICOM DIVULGA..., 2008, online).

Invertendo a ordem, podemos notar, logo de início, que a preocupação com a sociedade se dá por motivos óbvios. Trata-se do espaço em que a comunicação ocorre, por excelência – percepção que conjecturas já reforçaram, em diferentes momentos. Marques de Melo (1970, p. 11), em sua obra de estreia no mercado editorial, já defendia que a comunicação é a base da vida em sociedade. Luiz Beltrão (1960, p. 23), brasileiro vanguardista do campo comunicacional, também explorou a ideia de que "informar e informar-se" é próprio da vida humana – logo, são naturais do contexto social. Nada mais justo, portanto, do que olhar de modo zeloso para essa relação, identificando, como a Socicom reconhece, suas demandas e necessidades.

E isso tudo porque, entre outras razões, é perceptível, a pesquisadores e a demais acadêmicos, "a necessidade de uma forte consciência ética nas práticas de Comunicação Social, [...] pela enorme responsabilidade de seus profissionais, cujas ações têm repercussão intensa na vida social, política e econômica no país e no mundo globalizado" (MOREIRA; BRAGANÇA, 2004, p. 7). Além do mais, há o fato de que parcela significativa da população ainda compõe extratos subinformados da sociedade, os quais precisam ser atingidos, urgentemente e de maneira adequada, pelos meios de comunicação; para tanto, precisa-se identificar suas necessidades de maneira desprovida de preconceitos, por diversos âmbitos, a começar pelo meio acadêmico.

Quanto ao Estado, seu elo com a comunicação tem várias razões. A começar pelo fato de que a comunicação pública – ou comunicação governamental, para usar um termo mais estreito (BRANDÃO, 2009, p. 10) – é exigência de uma era em que as instituições ligadas a assuntos de interesse coletivo têm obrigação de prestar contas à sociedade, bem como necessitam encontrar maneiras – principalmente por intermédio da mídia – de transparecer suas ações.

Além disso, o governo é responsável pela regulação da indústria midiática brasileira – isso, é claro, sem que suas ações representem atos de censura, ou seja, distante do que ocorreu em momentos nada felizes da história do país, como a ditadura militar. Sua atuação, nesse sentido, se dá mais no plano técnico e/ou tecnológico. O site[16] do Ministério das Comunicações, por exemplo, apresenta, como objetivos daquela pasta, promover uma "política nacional de telecomunicações e de radiodifusão", cuidar da "regulamentação, outorga e fiscalização de serviços de telecomunicações e de radiodifusão", controlar e administrar o "uso do espectro de radiofrequência", bem como estabelecer padrões para os "serviços postais".

16. Disponível em: www.mc.gov.br.

Outro fato a ser também levado em consideração é o de que o Estado provê, em grande parte, a produção científica brasileira – especialmente aquela ligada a programas de pós-graduação –, por meio da concessão de bolsas de mestrado e doutorado destinadas à formação de novos pesquisadores e/ou pelo financiamento de projetos desenvolvidos por docentes titulados – as chamadas "bolsas de produtividade".

Na abertura do 1º Seminário de Integração Institucional da Socicom, o prof. Marques de Melo destacou que o "orçamento estatal destinado a ciência e tecnologia" oferece pequenas fatias à nossa área, situação que cabe às associações representativas – agora organizadas – tentar reverter, em conjunto, em vez de apenas cada uma defender "seus próprios interesses". E acrescentou, ainda:

> Ano a ano, a pesquisa em comunicação cresce nas universidades brasileiras, mas as cotas de bolsas para iniciação científica, mestrado e doutorado permanecem estáveis, quase não abrindo oportunidades para a nova geração de pesquisadores. Da mesma forma, as verbas para pesquisa de campo ou de laboratório permanecem em patamares imutáveis, por falta de projetos temáticos relevantes. A criação desta federação nacional pode desempenhar papel estratégico no diálogo com os gestores de C&T. Pode também ajudar a identificar as demandas de interesse comum, nelas concentrando atenção para convencer os consultores científicos a dar-lhes prioridade[17].

Oportuna, portanto, foi a parceria estabelecida entre a Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação e o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Para ambos os lados. Da parte da Socicom, pode-se garantir que os laços estreitados com o órgão estatal possibilitaram o cumprimento de uma de suas metas traçadas em 2008. Na outra ponta, o Ipea, ao se aproximar do universo acadêmico da Comunicação, pôde, primeiro, conhecer "as redes de pesquisa já existentes" e, com isso, identificar "que deveria haver um planejamento estratégico para produção de conhecimento nessa área", como reconhece Daniel Castro (2010, p. 14).

O resultado concreto desse processo foi a Chamada Pública 63/2010, lançada pelo Ipea, que selecionou pesquisadores – doutores e mestres – para elaborar um diagnóstico da comunicação e das telecomunicações no Brasil, cujos resultados foram apresentados nos três primeiros volumes deste *Panorama*. No lançamento da publicação, em 11 de janeiro de 2011, o presidente do Ipea, Marcio Pochmann, elogiou a iniciativa e destacou que "o trabalho imaterial, no qual a comunicação se insere, é cada vez mais valorizado, haja vista que o setor de serviços responde hoje por grande parte dos postos de trabalho ativos no país" (IPEA E SOCICOM..., 2011, online).

17. Trecho do discurso de José Marques de Melo proferido durante o 1º Seminário de Integração Institucional da Socicom, realizado em 16 de março 2009, no auditório da reitoria da Unesp, em São Paulo.

A intenção, agora, é manter sempre atualizados os dados sobre os setores da comunicação e das telecomunicações[18]. Essa análise contínua, defende Marques de Melo, aparenta ser decisiva "para a formulação das políticas públicas que a sociedade brasileira demanda historicamente, no sentido de reconhecer o mundo das comunicações – conteúdos e veículos – como variável essencial para a construção de uma sociedade democrática"[19].

5 FRONTEIRAS MUNDIAIS

As ambições da Socicom também ultrapassam os limites geográficos do Brasil. No plano de metas da entidade, constam, inclusive, três alvos a serem atingidos, no âmbito mundial: 1) a "interlocução mais intensa com a comunidade internacional da área"; 2) o "fortalecimento da comunidade ibero-americana de Ciências da Comunicação"; 3) a "disseminação do pensamento comunicacional brasileiro no exterior" (SOCICOM DIVULGA..., 2008, online).

O passo mais significativo dessa empreitada é, sem dúvida, a rede que as lideranças intelectuais do campo da Comunicação do Brasil têm buscado formar com os outros países que compõem a Ibero-América[20]. E isso ocorre desde a proposta embrionária da Socicom, que nasceu concomitante à Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Confibercom), criada em abril de 2009, na Ilha da Madeira, como resultado do Protocolo de Guadalajara, assinado no México, em 2007, por representantes do campo atuantes na região ibero-americana.

A Socicom e a Confibercom foram as principais articuladoras do 1º Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana – que recebeu a mesma sigla da segunda instituição –, realizado em São Paulo, em agosto de 2011[21]. A meta do evento foi a de reforçar nossas raízes, "buscando estratégias para evitar que a hegemonia anglófona na comunidade internacional da área se converta em 'pensamento único'" (MARQUES DE MELO, 2011, p. 81).

Esses objetivos apontam para a mesma direção que um dos aspectos reforçados durante o 2º Seminário de Integração Institucional da Socicom: a valorização das relações acadêmicas Sul-Sul – principalmente as cooperações entre Brasil e

18. O Ipea abriu nova chamada pública em 2011, destinada ao mesmo fim que aquela realizada no ano anterior.

19. Trecho do discurso de José Marques de Melo proferido durante o 1º Seminário de Integração Institucional da Socicom, realizado em 16 de março 2009, no auditório da reitoria da Unesp, em São Paulo.

20. Ibero-América é uma região geográfica formada pelos três países da Península Ibérica (Portugal, Espanha e Andorra) e pelos da América Latina hispanófona e lusófona, ligados por afinidade histórica, cultural e linguística.

21. Nota de edição: a Parte I deste volume apresenta várias considerações sobre o 1º Confibercom. Merece especial atenção, nesse sentido, o texto de apresentação daquela unidade, escrito por Margarida Kunsch.

China[22], países considerados "emergentes", no panorama da economia mundial, ou entre outros países latino-americanos –, como alternativa para superar os fluxos cognitivos Norte-Sul – divisão que corresponde ao imperialismo da parte rica do mundo (Norte) sobre a parte mais pobre (Sul).

Contribuindo para a expansão das fronteiras mundiais do campo da Comunicação, o Brasil assume a responsabilidade de organizar os fluxos de circulação do conhecimento acumulado em diferentes espaços – todos, claro, unidos por afinidades sócio-históricas e por um mesmo propósito. E a esse respeito, certamente, a Socicom tem muito a fazer.

6 EM LINHAS GERAIS...

Integração e cooperação são palavras-chave que traduzem o esforço contínuo que as lideranças brasileiras das Ciências da Comunicação têm feito para fortalecer nosso campo e, principalmente, para oferecer contributos, ao meio social, que ultrapassem a dimensão da formação de profissionais para o mercado de trabalho.

Sem deixar de lado esse compromisso – que, naturalmente, é a razão de ser do ensino e da pesquisa –, a comunidade acadêmica vislumbra, agora, novos horizontes, bem próximos do interesse público. É possível dizer que estamos num momento em que somente a atenção prestada às demandas do próprio campo não é suficiente para um reconhecimento por parte dos órgãos responsáveis pela produção de C&T no país ou, até mesmo, por parte da própria sociedade.

Os questionamentos que a Socicom tem formulado sobre o lugar que a área ocupa, hoje, no cenário científico brasileiro são indicadores dos planos que ainda precisam ser mais bem trabalhados. Na mesma medida são relevantes as ações destinadas a fortalecer o pensamento brasileiro junto à comunidade mundial – não só aquela representada pelos pares da Ibero-América como também as ramificações anglófonas ou francófonas, as quais ainda não foram devidamente tocadas pelas possibilidades que o Brasil pode lhes oferecer[23].

As parcerias com o Estado e com a sociedade civil organizada representam, portanto, um passo decisivo para mudar condutas e para repensar ordens de interesse. Ao cumprir essa incumbência, o campo acadêmico da Comunicação pode até mesmo começar a agir de uma maneira que ainda não lhe é comum:

22. Nesse aspecto, quem tem feito grande esforço para estreitar laços entre as comunidades da Comunicação do Brasil e da China é a Intercom, que tem realizado uma série de ações, tais como: a viagem às terras chinesas feita por uma delegação de pesquisadores brasileiros, em julho de 2007; a realização do 1º Colóquio Brasil-China de Ciências da Comunicação, em Vitória (ES), em 2010; e a formação de outro grupo de sócios da Intercom que deve fazer nova expedição àquele país, em 2012.

23. Nota de edição: vale a pena observar as considerações tecidas por Edgard Rebouças, a esse respeito, no item 1.1 da Parte I.

antecipando processos, projetando tendências, saindo à frente das inovações e deixando de figurar apenas como refletor do que já está vigente no contexto social. Isso, sim, pode fazer a diferença.

REFERÊNCIAS

A SOCICOM. Disponível em: <http://migre.me/7zWvL>. Acesso em: 16 jan. 2012.

BELTRÃO, Luiz. *Iniciação à filosofia do jornalismo*. Rio de Janeiro: Agir, 1960.

BOURDIEU, Pierre. O campo científico. In: ORTIZ, Renato (org.). *Pierre Bourdieu*. São Paulo: Ática, 1983. p. 122-155.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação pública*: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 1-33.

CASTRO, Daniel. Suco de pitomba. In: CASTRO, Daniel; MARQUES DE MELO, José; CASTRO, Cosette (orgs.). *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*. v. 1. Brasília: Ipea, 2010. p. 13-15.

COMISSÃO propõe ampliar a circulação de informações sobre o Sistema Qualis. 20 abr. 2010. Disponível em: <http://migre.me/7A5j6>. Acesso em: 18 jan. 2012.

FADUL, Anamaria. Pesquisa e ensino nos 25 anos da Intercom. In: PERUZZO, Cicilia M. Krohling; SILVA, Robson Bastos da (orgs.). *Retrato do ensino em Comunicação no Brasil*: análises e tendências. São Paulo, Taubaté: Intercom, Unitau, 2003. p. 263-273.

FONSECA, Jovina. *Socicom promove primeiro Seminário de Integração Institucional em SP*. 03 set. 2009. Disponível em: <http://migre.me/7zWBU>. Acesso em: 16 jan. 2012.

GOBBI, Maria Cristina; ASSIS, Francisco de. Grupos de Pesquisa em Comunicação: geografia e tendências dos estudos institucionalizados no Brasil. In: CONGRESSO LUSOCOM, 9., São Paulo, 2011. *Anais eletrônicos*... São Paulo: Lusocom, Unip, Intercom, 2011.

IPEA E SOCICOM lançam livros sobre a comunicação. Nos três volumes divulgados em SP, são abordados temas atuais sobre rádio, TV, jornal e novas mídias. 11 jan. 2011. Disponível em: <http://migre.me/7zWEG>. Acesso em: 16 jan. 2012.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Memória das associações científicas e acadêmicas de Comunicação no Brasil. In: CASTRO, Daniel; MARQUES DE MELO, José; CASTRO, Cosette (orgs.). *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*. v. 2. Brasília: Ipea, 2010. p. 17-18.

MARQUES DE MELO, José. Comunicação, campo em movimento. *Revista Imprensa*, São Paulo, ano 24, n. 265, p. 81, mar. 2011.

_____. Maturidade das Ciências da Comunicação no Brasil: o protagonismo da Intercom. In: PERUZZO, Cicilia M. Krohling; SILVA, Robson Bastos da (orgs.). *Retrato do ensino em Comunicação no Brasil*: análises e tendências. São Paulo, Taubaté: Intercom, Unitau, 2003. p. 275-282.

_____. *Comunicação social*: teoria e pesquisa. Petrópolis: Vozes, 1970.

MÉDOLA, Ana Silvia Lopes Davi. Socicom: associações científicas e acadêmicas em torno do papel estratégico da Comunicação. In: CASTRO, Daniel; MARQUES DE MELO, José; CASTRO, Cosette (orgs.). *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*. v. 2. Brasília: Ipea, 2010. p. 29-33.

MOREIRA, Sonia Virgínia; BRAGANÇA, Aníbal. Mídia, ética e sociedade. In: _____.; _____. (orgs.). *Mídia, ética e sociedade*. Belo Horizonte: PUC Minas, 2004. p. 7-8.

SOCICOM DIVULGA metas para o primeiro biênio. *Jornal Intercom*, São Paulo, ano 4, n. 123, 08 dez. 2008. Disponível em: <http://migre.me/7zWMF>. Acesso em: 16 jan. 2012.

SOCICOM FOMENTA diálogo da comunidade acadêmica de Comunicação com o Estado e a Sociedade. 30 mar. 2011. Disponível em: <http://migre.me/7zWNH>. Acesso em: 16 jan. 2012.

CAPÍTULO 2

CRONOLOGIA DA SOCICOM (2007-2012)

2007

Setembro – Durante o 30º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Santos (SP), entre os dias 31 de agosto e 1º de setembro, é realizado o 1º Fórum das Sociedades Científicas da Comunicação – já identificado pela sigla Socicom –, no *campus* da Universidade Santa Cecília (Unisanta). Nesse evento, foi formada uma comissão para encaminhar os trabalhos de criação de uma federação destinada a representar os interesses da área frente às agências de fomento e para contribuir com os órgãos governamentais na elaboração de uma política específica de ciência e tecnologia.

Novembro – Representantes da futura Socicom se reúnem, junto com pesquisadores da Espanha, de Portugal, do México, do Brasil e da Argentina, no dia 23, na Universidad de Guadalajara, México, para anunciar a intenção de fundar uma Confederação de Associações Acadêmicas de Comunicação, a fim de "preservar, fortalecer e potencializar a identidade cultural iberoamericana", frente ao desafio da "globalização política e a economia vigente". Firmam o que ficou denominado como Protocolo de Guadalajara.

2008

Setembro – Em Natal (RN), no dia 2, é criada a Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação, nas dependências da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), em meio às atividades que deram início ao 31º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. A primeira diretoria foi formada pelos professores José Marques de Melo (presidente), Ana Silvia Médola (vice-presidente), Margarida M. Krohling Kunsch (diretora de relações internacionais), Elias Machado (diretor de relações nacionais) e Anita Simis (diretora administrativa).

Dezembro – É instalado oficialmente, no dia 1º, no Auditório Intercom Brigadeiro, em São Paulo (SP), o conselho deliberativo da Socicom, que aprovou o plano de metas da entidade para o biênio 2008-2010, priorizando ações que focalizam a presença da academia no espaço público e destacando a difusão da produção científica brasileira no âmbito mundial das Ciências da

Comunicação. O ato foi comandado pelo prof. César Bolaño (então presidente da Ulepicc-BR) – eleito para presidir o conselho –, e a profa. Betânia Maciel (então presidente da Rede Folkcom) ocupou a função de secretária.

2009

Março – No dia 16, no auditório da reitoria da Universidade Estadual Paulista (Unesp), em São Paulo, a Socicom realiza o 1º Seminário de Integração Institucional. Com o tema "Em busca de convergências acadêmicas no campo da Comunicação", os participantes discutiram e definiram metas e estratégias necessárias ao fortalecimento das Ciências da Comunicação do Brasil.

Junho – A Socicom apoia o seminário "The legal, ethical, economic and sociocultural challenges to media freedom in South Africa and Brazil" e o workshop "Brazil-South African Journalism Studies", realizados nos dias 22 e 23 e 24, respectivamente, em Cape Town e em Stellenbosch, na África do Sul. Os eventos são atividades decorrentes do projeto de cooperação "Brazil and South África – Journalism Research Initiative", financiado com recursos do Programa ProAfrica, do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Novembro – O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), em parceria com a Socicom, promove, no dia 23, em Recife (PE), o seminário "Encontro Brasil Ipea 45 anos: Um Novo Ciclo de Pensamento Nacional – Uma reflexão sobre a 1ª Conferência Nacional de Comunicação (Confecom)". O evento contou com o apoio da Fundação Joaquim Nabuco (Fundaj), da Associação dos Correspondentes Estrangeiros (ACE) e do Sindicato dos Jornalistas do Estado de Pernambuco (SJPE). O debate, na sede da Fundaj, reuniu pesquisadores, jornalistas e estudiosos, que discutiram as políticas nacionais de comunicação.

Dezembro – No dia 14, data em que o então Presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva inaugurou a 1ª Conferência Nacional de Comunicação – convocada para discutir a democratização das políticas nacionais de comunicação –, o presidente do Ipea, Márcio Pochmann, também em Brasília (DF), encontra-se com os dirigentes da Socicom, para dialogar a respeito da cooperação entre o Estado e a comunidade científica na produção de indicadores capazes de balizar futuras ações do setor público no campo midiático. No dia 17, o conselho deliberativo da entidade se reúne para analisar as propostas.

2010

Fevereiro – Em Brasília, nos dias 24 e 25, o Ipea promove o Seminário Ipea/Socicom, com o objetivo de definir pontos de convergência para um projeto de cooperação interinstitucional. Na ocasião, é lançado o livro *Reflexão sobre as políticas nacionais de comunicação*, organizado por Daniel Castro, resultante do seminário promovido em

novembro e 2009, na Fundação Joaquim Nabuco. A publicação conta com textos de cinco lideranças da Socicom: José Marques de Melo, Antonio Hohlfeldt, César Bolaño, Margarida M. Krohling Kunsch e Maria Dora Mourão.

Março – A Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) acolhe, no dia 22, o 2º Seminário de Integração Institucional da Socicom. A agenda do evento incluiu os seguintes temas: 1) balanço das atividades realizadas pelas comissões designadas em 2009, no 1º Seminário, no que diz respeito a discussões sobre grande área de conhecimento, sistema Qualis e representação da área; 2) avaliação do Seminário Ipea/Socicom – ocorrido em fevereiro – para elaboração do futuro *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*; 3) planejamento do 1º Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana, a ser realizado em 2011.

2011

Março – O 3º Seminário de Integração Institucional ocorre na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), no dia 25. Desta vez, deu-se atenção ao debate sobre contribuições da comunidade acadêmica da Comunicação ao diálogo da universidade com o Estado e com a sociedade civil. Participaram do evento representantes da Confederação das Fundações de Amparo à Pesquisa dos Estados Brasileiros (Confap), da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC) e do Ipea. No mesmo dia, a profa. Ana Claudia Mei Alves de Oliveira (representante da Abes) foi eleita para presidir o conselho deliberativo da Socicom, no biênio 2011-2012, substituindo o prof. César Bolaño.

Agosto – Com o tema "Sistemas de comunicação em tempo de diversidade cultural", é realizado, de 31 de julho a 4 de agosto, em São Paulo, o 1º Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (Confibercom). As sessões temáticas (STs) do evento foram planejadas e coordenadas pelas associações filiadas à Socicom.

2012

Março – Está programado, para o dia 22, o 4º Seminário de Integração Institucional, a ser realizado na Universidade Presbiteriana Mackenzie, em São Paulo. No dia 23, no Escritório da Presidência da República, também na capital paulista, serão lançados os novos volumes do *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*, referentes ao biênio 2011-2012.

Setembro – Em Fortaleza (CE), durante o 35º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, será realizada a assembleia que elegerá a nova diretoria da Socicom.

CAPÍTULO 3

CALENDÁRIO DAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO: BRASIL, 2012

JANEIRO

Seminário Ipea/Socicom

Quando: 19 de janeiro

Onde: Ipea, Brasília (DF)

Objetivo: avaliar os resultados preliminares dos estudos realizados pelos bolsistas da instituição, com a finalidade de compor o *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil 2011-2012*

Coordenador: Daniel Castro

Homenagem a Jorge Fernández

Quando: 20 de janeiro

Onde: Auditório Intercom Brigadeiro, São Paulo (SP)

Objetivo: ato alusivo ao centenário do equatoriano Jorge Fernández, fundador da corrente de estudos sobre o pensamento comunicacional latino-americano (iniciativa do conselho curador da Intercom)

Coordenador: José Marques de Melo

Seminário anual de planejamento da Intercom

Quando: 25 a 27 de janeiro

Onde: Auditório Intercom Brigadeiro, São Paulo (SP)

Objetivo: seminário anual promovido pela Intercom, com a participação de diretores, conselheiros nacionais e regionais, bem como coordenadores de eventos, para estruturar congressos, simpósios e outras atividades acadêmicas previstas para 2012

Coordenador: Antonio Hohlfeldt

FEVEREIRO

Projeto PensaCom-Brasil

Quando: 8 de fevereiro

Onde: Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, São Bernardo do Campo (SP)

Objetivo: seminário de trabalho da equipe gestora do projeto PensaCom-Brasil, com a finalidade de planejar metas para 2012

Coordenador: Antonio de Andrade

MARÇO

4º Seminário de Integração Institucional da Socicom

Quando: 22 de março

Onde: Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo (SP)

Temário: 1) *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil 2011-2012*; 2) Perspectivas da Televisão Universitária Brasileira em Tempos Digitais

Coordenadoras: Anita Simis e Ana Silvia Médola

Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil

Quando: 23 de março

Onde: Escritório da Presidência da República, São Paulo (SP)

Objetivo: lançamento do anuário *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil 2011-2012*

Coordenador: Daniel Castro

8º Congresso do Forcine

Associação promotora: Forcine

Quando: 29 a 31 de março

Onde: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ), Rio de Janeiro (RJ)

ABRIL

1º Fórum Integrado das Ciências da Comunicação no Espaço Ibero-Americano

Associação promotora: Confibercom

Quando: 11 a 14 de abril

Onde: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), Quito, Equador

Objetivo: reunir dirigentes de sociedades nacionais e internacionais para avaliar as diretrizes traçadas pelo 1º Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (I Confibercom) e para a definição de políticas públicas para o campo da Comunicação

Coordenadores: Margarida M. Krohling Kunsch e Fernando Checa

6º Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas

Associação promotora: Abrapcorp

Quando: 26 a 28 de abril

Onde: Universidade Federal do Maranhão (UFMA), São Luís (MA)

Informações em: www.abrapcorp.org.br

14º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo

Associação promotora: FNPJ

Quando: 27 a 30 de abril

Onde: Universidade Federal se Uberlândia (UFU), Uberlândia (MG)

Informações em: www.fnpj.org.br

MAIO

4º Encontro do Núcleo Gaúcho de História da Mídia

Associação promotora: Alcar

Quando: 14 e 15 de maio

Onde: Universidade Federal do Pampa (Unipampa), São Borja (RS)

Informações em: www.alcarrs2012.com.br

11º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte

Associação promotora: Intercom

Quando: 17 a 19 de maio

Onde: Universidade Federal do Tocantins (UFT), Palmas (TO)

Informações em: www.portalintercom.org.br

3º Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda (Pró-Pesq PP)

Associação promotora: ABP2

Quando: 24 e 25 de maio

Onde: Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), São Paulo (SP)

Informações em: www.eca.usp.br/propesq

16º Colóquio Internacional da Escola Latino-Americana de Comunicação (Celacom)

Promoção: Cátedra Unesco/Metodista

Quando: datas a definir

Onde: Universidade Estadual Paulista (Unesp), Bauru (SP)

Informações em: www.metodista.br/unesco

13º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul

Associação promotora: Intercom

Quando: 31 de maio a 2 de junho

Onde: Universidade Comunitária Regional de Chapecó (Unochapecó), Chapecó (SC)

Informações em: www.portalintercom.org.br

2º Encontro Regional Sudeste de História da Mídia

Associação promotora: Alcar

Quando: 31 de maio e 1º de junho

Onde: Universidade Vila Velha (UVV), Vila Velha (ES)

Informações em: www.historiadamidia2012.blogspot.com

JUNHO

2º Encontro Nordeste de História da Mídia

Associação promotora: Alcar

Quando: 7 e 8 de junho

Onde: Universidade Federal do Piauí (UFPI), Teresina (PI)

Informações em: www.historiadamidia2012.com.br

14º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste

Associação promotora: Intercom

Quando: 7 a 9 de junho

Onde: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Campo Grande (MS)

Informações em: www.portalintercom.org.br

21º Encontro Anual da Compós

Associação promotora: Compós

Quando: 12 a 15 de junho

Onde: Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora (MG)

Informações em: www.compos.org.br

14º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste

Associação promotora: Intercom

Quando: 14 a 16 de junho

Onde: Faculdade Boa Viagem (FBV), Recife (PE)

Informações em: www.portalintercom.org.br

17º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste

Associação promotora: Intercom

Quando: 28 a 30 de junho

Onde: Universidade Federal de Ouro Preto (Ufop), Ouro Preto (MG)

Informações em: www.portalintercom.org.br

15ª Conferência Brasileira de Folkcomunicação

Associação promotora: Rede Folkcom

Quando: datas a definir

Onde: Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), Campina Grande (PB)

Informações em: www.redefolkcom.org

AGOSTO

5º Colóquio Brasil-Estados Unidos de Ciências da Comunicação

Associação promotora: Intercom

Quando: 7 e 8 de agosto

Onde: Universidade DePaul, Chicago, Illinois, EUA

Informações em: www.portalintercom.org.br

SETEMBRO

35º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

Associação promotora: Intercom

Quando: 2 a 6 de setembro

Onde: Universidade de Fortaleza (Unifor), Fortaleza (CE)

Informações em: www.unifor.br/intercom2012

OUTUBRO

4º Encontro Nacional da Ulepicc-BR

Associação promotora: Ulepicc-BR

Quando: 9 a 11 de outubro

Onde: Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj), Rio de Janeiro (RJ)

Informações em: www.ulepicc.org.br

11º Congresso Brasileiro de Jornalismo Científico

Associação promotora: ABJC

Quando: 24 a 26 de outubro

Onde: Centro de Convenções Rebouças (CCR), São Paulo (SP)

Informações em: www.abjc.org.br

11º Congresso Brasileiro de Marketing Político

Associação promotora: Politicom

Quando: 24 a 26 de outubro

Onde: Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba (PR)

Informações em: www.politicom.com.br

NOVEMBRO

6º Simpósio Nacional ABCiber

Associação promotora: ABCiber

Quando: 6 a 8 de novembro

Onde: Universidade Feevale, Novo Hamburgo (RS)

Informações em: abciber.org

10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo

Associação promotora: SBPJor

Quando: 8 a 10 de novembro

Onde: Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR), Curitiba (PR)

Informações em: www.sbpjor.org.br

3ª Conferência do Desenvolvimento (Code)

Instituição promotora: Ipea

Quando: datas a definir

Onde: Brasília (DF)

Informações em: www.ipea.gov.br

© Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – **ipea** 2012

EDITORIAL

Coordenação
Cláudio Passos de Oliveira

Supervisão
Everson da Silva Moura

Revisão
Assessoria de Imprensa e Comunicação
do Ipea e Socicom

Editoração
Aline Rodrigues Lima
Andrey Tomimatsu
Bernar José Vieira
Danilo Leite de Macedo Tavares
Jeovah Herculano Szervinsk Junior
Daniella Silva Nogueira (estagiária)
Leonardo Hideki Higa (estagiário)

Capa
Shine Comunicação

Livraria
SBS – Quadra 1 – Bloco J – Ed. BNDES, Térreo
70076-900 – Brasília – DF
Tel.: (61) 3315 5336
Correio eletrônico: livraria@ipea.gov.br

Missão do Ipea
Produzir, articular e disseminar conhecimento para aperfeiçoar as políticas públicas e contribuir para o planejamento do desenvolvimento brasileiro.

ISBN 978-85-7811-136-6

ipea Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

SAE SECRETARIA DE ASSUNTOS ESTRATÉGICOS DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA